

مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا

مجلة علمية دورية متخصصة محكمة

العدد الرابع عشر – السادس الأول 2016 -

البحوث المحكمة لهذا العدد - باللغة العربية

تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك الإسلامية للفترة (2009-2013) د. الطيب بولحية ج جيجل - الجزائر أ. عمر بوجمعة ج جيجل - الجزائر
تنمية الريف كمدخل لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة د. نورين بومدين ج الشلف - الجزائر
التسويق الدولي ودوره في تطوير الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة في ضوء نظريات تدويل النشاط التسويقي د. سنوسي علي ج المسيلة - الجزائر د. إلياس سالم ج المسيلة - الجزائر
ترقية أداء المنظمات العمومية في ظل مقارنة التسيير العمومي الجديد (NPM): دراسة نظرية تحليلية د. محمد السعيد جوال ج الجلفة - الجزائر
التسويق الإلكتروني ودوره في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة مع الإشارة إلى حالة المؤسسات الجزائرية د. شارف نورالدين ج الشلف - الجزائر
أثر بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء دراسة ميدانية على السلع الاستهلاكية المعمرة صينية المنشأ في مدينة عمان د. إياد عبد الإله خنفر ج الزرقاء - الأردن د. مصطفى سعيد الشيخ ج الزرقاء - الأردن
تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007-2015) أ. زيان بروجعة علي ج الشلف - الجزائر
تحليل وضعية التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر في ظل الانفتاح التجاري أ.د. بريش عبد القادر م ع للتجارة - الجزائر أ. بغداوي جميلة ج الشلف - الجزائر
دور الابتكار التسويقي في تحقيق القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - ملبنة النابلي بالجلفة أمودجا - د. قاشي خالد ج البلدة 2 - الجزائر أ. نواري خيرة ج الجلفة - الجزائر أ. عثمان ليلي ج الجلفة - الجزائر
معوقات توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية أ. بن يوسف أحمد ج الشلف - الجزائر

يصدرها مخبر العولمة وإقتصاديات شمال إفريقيا

جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - الجزائر

رقم الإيداع
1112-2005

ISSN
1112-6132

مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا

مجلة علمية دورية متخصصة محكمة

تصدر عن مخبر البحث

العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا بجامعة حسيبة بن بوملي بالشلف - الجزائر

تأسست سنة 2004 بمبادرة من البروفيسور محمد راتول، و هي تسعى لتكون مجلة اقتصادية دولية نموذجية بفعل الحرص الدائم على تطويرها و بفعل مساهمات السادة الأساتذة و الباحثين، تهتم بنشر البحوث والمواضيع الاقتصادية التي تشغل الفكر الاقتصادي وتطوراتها، خاصة في الجزائر و بقية دول شمال إفريقيا، إضافة الى المواضيع التي تهتم بالإقتصاديات العربية والدولية، و هي مفتوحة لنشر بحوث الأساتذة والباحثين من داخل الجزائر ومن خارجها باللغات العربية والفرنسية والإنجليزية، كما تهتم بنشر المعطيات الاقتصادية عربيا و إقليميا ودوليا، و كل ما يساهم في الثقافة الاقتصادية.

رقم الإيداع: 2005-1112

ISSN : 1112-6132

البحوث المنشورة لا تعبر إلا عن آراء أصحابها

جميع الحقوق محفوظة

يمنع نشر أي جزء من هذه المجلة دون الحصول على موافقة هيئة التحرير

المراسلة و الاشتراك

أ.د. محمد راتول مدير و رئيس تحرير مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا

مخبر العولمة و إقتصاديات شمال إفريقيا

جامعة حسيبة بن بوملي بالشلف. 02000 الجزائر

هاتف/فاكس: 027-72-23-81 (00213)

البريد الإلكتروني للمجلة: revuelabomena@yahoo.fr

الموقع الإلكتروني للمجلة : <http://www.univ-chlef.dz/renaf>

مدير المجلة ورئيس التحرير
مدير النشر ومساعد رئيس التحرير
هيئة التحرير:

أ.د/ راتول محمد
د/ فلاق محمد

أ.د/ البشير عبدالكريم
د/ مزريق عاشور
د/ قوريش نصيرة

أمانة التحرير:

د/ نورين بومدين
د/ فلاق محمد

هيئة التحكيم العلمي

أ.د/ شريط عابد. جامعة تيارت	أ.د/ أقاسم قادة . جامعة الجزائر
أ.د/ صالح صالحى. جامعة سطيف	أ.د/ البشير عبدالكريم . جامعة الشلف
أ.د/ عبد المنعم محمد الطيب. المعهد العالي للدراسات المصرفية و المالية. السودان.	أ.د/ الهجھوج حسن. جامعة الملك فيصل
أ.د/ عدمان مريزق . المدرسة العليا للتجارة	أ.د/ ايد پوست . جامعة اوهايو أمريكا
أ.د/ فرج عبدالفتاح فرج. معهد البحوث الدراسات الإفريقية. جامعة القاهرة. مصر	أ.د/ باشي أحمد. جامعة الجزائر
أ.د/ فرحي محمد . المدرسة العليا للتجارة	أ.د/ بلبوزيان محمد. جامعة تلمسان
أ.د/ فرحي محمد . جامعة الاغواط	أ.د/ بلعزوز بن علي. جامعة الشلف
أ.د/ قدي عبدالحجيد. جامعة الجزائر	أ.د/ بلمقدم مصطفى. جامعة تلمسان
أ.د/ قصاب سعديّة. جامعة الجزائر	أ.د/ بلوناس عبد الله. جامعة بومرداس
أ.د/ كساب علي. جامعة الجزائر	أ.د/ بن بلغيث مداني. جامعة ورقلة
أ.د/ الحسن حساسنة. جامعة اسرا ماليزيا	أ.د/ بن منصور عبد الله. جامعة تلمسان
أ.د/ محمود حسين الوادي جامعة الزرقاء. الأردن	أ.د/ بندي عبدالسلام جامعة تلمسان
أ.د/ معطي الله خير الدين. جامعة قالمة. الجزائر	أ.د/ بوجلال محمد. جامعة سطيف
أ.د/ منصور الشمالي. جامعة الكويت	أ.د/ بورحلة علال. جامعة س بلعباس
أ.د/ مها محمود طلعت مصطفى. كلية السادات للعلوم الادارية. مصر	أ.د/ بوصافي كمال. المدرسة العليا للتجارة
أ.د/ ناصر سليمان. جامعة غرداية	أ.د/ بومدين يوسف . جامعة الجزائر
أ.د/ نوري منير. جامعة الشلف	أ.د/ تومي صالح. جامعة الجزائر
	أ.د/ تامر البكري. الجامعة التطبيقية. الأردن
	أ.د/ جيم تيموثي . جامعة ديرهام. إنجلترا
	أ.د/ حازم بدر الخطيب. جامعة الشرق الاوسط. الأردن
	أ.د/ حسن بلقاسم غصان. جامعة الملك

<p>أ.د/ هشام عطوش. جامعة مكناس. المغرب أ.د/ ياسر مدني. الاكاديمية العربية.مصر أ.د/ يحيى اليحياوي. جامعة محمد الخامس. المغرب أ.د/ يرقي حسين. جامعة المدينة أ.د/ يوسف أبو فارة. جامعة القدس المفتوحة أ.د/ يوسف رشيد. جامعة مستغانم د/ قاشي خالد. جامعة البلدة 2 د/ مقلاتي عاشور. جامعة ملايا ماليزيا د/ نقى عبد القادر. جامعة سرجي بوتنوار فرنسا د/ يوسف ناصر. الجامعة العالمية ماليزيا</p>	<p>فيصل. السعودية. أ.د/ راتب جليل صويص..الجامعة الأردنية أ.د/ راتول محمد. جامعة الشلف أ.د/ رحيم حسين. جامعة ب. بوعريرج أ.د/ رزيق كمال . جامعة البلدة أ.د/ رمضان الشراح. الكويت أ.د/ زايري بلقاسم. جامعة وهران أ.د/ زيري رايح . جامعة الجزائر أ.د/ زيدان محمد. جامعة الشلف أ.د/ ستيفن هيلس. جامعة اوهايو أمريكا أ.د/ سميدو جرسافيو. جامعة تور فرنسا أ.د/ كتوش عاشور. جامعة الشلف أ.د/ الهواري معراج. جامعة غرداية</p>
--	--

قواعد نشر البحوث في مجلة اقتصاديات شمال افريقيا

- يطلب من السادة الباحثين الذين يرغبون في نشر مقالهم و بحوثهم في المجلة اعطاء العناية للنقاط التالية:
- 1- أن يتناول البحث موضوعا من المواضيع الإقتصادية الوصفية أو التحليلية التي تشغل الفكر الإقتصادي وتطوراته خاصة في الجزائر والشمال الإفريقي إضافة الى التطورات الإقتصادية العربية و الدولية.
 - 2- المجلة مفتوحة لنشر البحوث الإقتصادية لكافة الأساتذة و الباحثين من الجزائر و من خارجها شريطة أن يتعهد الباحث بأن لا يكون البحث منشورا من قبل و أن لا يكون قدم للنشر في مجلة أخرى، وأن يتحمل تبعات الإخلال بقواعد وأخلاقيات البحث العلمي.
 - 3- أن لا يتجاوز البحث 25 صفحة عادية (A4) مكتوبة بالوارد و بخط (traditional Arabic بحجم 14 بالنسبة للنص و بحجم 12 بالنسبة للأرقام في عرض النص) وبالأبعاد التالية بالسنتيمتر: علوي 2.5:H، سفلي 2.5:B، يمين 3.5 : D، يسار 1.5 G، (النص الفرنسي يكون بخط T.NEW ROMAIN بحجم 12).
 - 4- أن ترسل البحوث عن طريق المايل: revuelabomena@yahoo.fr
 - 5- أن يقدم البحث وفق الأصول العلمية المتعارف عليها و يراعي في ذلك خاصة:
 - التقديم للبحث بتحديد أهدافه و منهجيته.
 - تنسيق مختلف عناصره.
 - التوثيق الكامل للمراجع و الجداول و الرسومات البيانية.
 - أن ينتهي البحث بخاتمة تتضمن النتائج و التوصيات.
 - أن يشار الى الهوامش في نهاية البحث و ليس أسفل الصفحة (حجم 12 بالنسبة للعربية و حجم 10 بالنسبة لللاتينية)، كما ترقم الجداول و الرسومات بأرقام متتالية، كما يستحسن إدراجها في نهاية البحث و قبل المراجع عندما يكون عددها كبيرا، و أن يتم ترتيب بنود البحث على النحو التدرجي: المحور، أولا، ثانيا، 1، 2، أ، ب، - - **
 - 6- أن يكون نص المداخلة خاليا من أي خطأ لغوي أو مطبعي، و أن يكون قد تم امراره على المدقق اللغوي و النحوي الخاص بالوارد.
 - 7- يراعى عرض الصفحة بالنسبة للأشكال و الجداول و هو 11.5سم، كحد أقصى.
 - 8- تنشر المواضيع باللغة العربية أساسا، مع إرفاق ملخص باللغة الفرنسية أو الإنجليزية، و عندما يكون الموضوع بالفرنسية أو الإنجليزية يرفق بملخص باللغة العربية (الملخص لا يتجاوز 150 كلمة) مع اظهار العنوان ضمن الملخص.
 - 9- تخضع البحوث للتحكيم العلمي من طرف باحثين من جامعات و مراكز بحث جزائرية و أجنبية.
 - 10- في حالة طلب تعديل في البحث على الباحث أن يعيد البحث المعدل في فترة لا تتجاوز 15 يوما.

- 11- على الباحث تحمل تبعات عدم إحترام قواعد وأخلاقيات البحث العلمي.
- 12- تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، وإعادة نشر موضوع الباحث يتطلب موافقة كتابية من المجلة.
- 13- النتائج و التوصيات و الآراء التي يعبر عنها الباحثين لا تلزم سوى أصحابها.
- 14- تحتفظ المجلة بحقوقها في حذف او إعادة صياغة بعض الجمل لتتلاءم مع اسلوبها في النشر.
- 15- أي بحث لا يلتزم بالشروط و المواصفات المطلوبة لا يؤخذ بعين الاعتبار.
- 16- في حالة وجود أكثر من مؤلف يتم مراسلة الاسم الذي يرد أولا في ترتيب الأسماء في حالة تساوي الدرجات العلمية، والأعلى درجة في حالة إختلاف الدرجات العلمية .
- 17- على الباحث أن يعرف بنفسه و نشاطاته العلمية في أول ورقة من البحث، و يضمّن ذلك بقية المعلومات وفق الجدول التالي:

		عنوان البحث
	التخصص:	الإسم و اللقب:
	الرتبة:	الشهادة:
	المؤسسة و الدولة:	الوظيفة:
	الهاتف المحمول:	الهاتف الثابت:
	العنوان الإلكتروني:	الفاكس:
		العنوان البريدي
		السيرة الذاتية المختصرة

فهرس المواضيع

قسم البحوث باللغة العربية

الصفحة	عنوان البحث	
1	تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك الإسلامية للفترة (2009-2013) د. الطيب بولحية ج جيغل - الجزائر أ. عمر بوجمعة ج جيغل - الجزائر	1
29	تنمية الريف كمدخل لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة د. نورين بومدين ج الشلف - الجزائر	2
43	التسويق الدولي ودوره في تطوير الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة في ضوء نظريات تدويل النشاط التسويقي د. سنوسي علي ج المسيلة - الجزائر د. إلياس سالم ج المسيلة - الجزائر	3
53	ترقية أداء المنظمات العمومية في ظل مقارنة التسيير العمومي الجديد (NPM): دراسة نظرية تحليلية د. محمد السعيد حوال ج الحلفة - الجزائر	4
85	التسويق الإلكتروني ودوره في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة مع الإشارة إلى حالة المؤسسات الجزائرية د. شارف نورالدين ج الشلف - الجزائر	5
111	أثر بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء دراسة ميدانية على السلع الاستهلاكية المعمرة صينية المنشأ في مدينة عمان د. إياد عبد الإله خنفر ج الزرقاء - الأردن د. مصطفى سعيد الشيخ ج الزرقاء - الأردن	6
133	تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2007-2015) أ. زيان بروجعة علي ج الشلف - الجزائر	7
161	تحليل وضعية التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر في ظل الانفتاح التجاري أد. بريس عبد القادر م ع للتجارة - الجزائر أ. بغداوي جميلة ج الشلف - الجزائر	8
185	دور الابتكار التسويقي في تحقيق القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - ملبنة النايلي بالجللفة أنموذجا - د. قاشي خالد ج البليدة 2 - الجزائر أ. نواري حيرة ج الحلفة - الجزائر أ. عثمان ليلي ج الحلفة - الجزائر	9
203	معوقات توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية أ. بن يوسف أحمد ج الشلف - الجزائر	10

لجنة القراءة و التدقيق اللغوي

- الدكتور: فلاق محمد
- الدكتور: نورين بومدين
- الدكتور: مطاي عبد القادر
- الدكتور: طيبة عبد العزيز
- الدكتور: بن يوسف أحمد
- الدكتور: حمو محمد
- الدكتور: أنساعد رضوان

تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك الإسلامية للفترة (2009-2013)

د/ الطيب بولحية *

جامعة جيجل - الجزائر

أ/ عمر بوجميلة **

جامعة جيجل - الجزائر

Abstract :

This study aims at evaluating the financial performance of Islamic banks by using several indicators and financial ratios for a sample consisting of 10 Islamic banks from 06 countries from 2009 to 2013. The study's results showed that Islamic banks have achieved acceptable performance in most of its activities, especially in profitability indicators, as well as competence in managing costs and using of financial resources. The study included some recommendations based on the results found.

Key words: evaluating the financial performance, financial ratios, Islamic banks

تمهيد:

تعتبر البنوك الإسلامية الحدث الأبرز في مجال العمل المصرفي داخل العالم الإسلامي خلال العقود الثلاثة الماضية، كونها أصبحت حقيقة واقعة تقدم العديد من الأساليب الاستثمارية والتمويلية المتميزة عن مثيلتها في البنوك التقليدية، تقوم على مبدأ المشاركة في الربح والخسارة وتجنب التعامل بالفائدة أخذًا وعطاءً، وقد عرفت هذه البنوك انتشارًا واسعًا وأخذت تنزاد عاما بعد عام عبر شبكة ممتدة في أكثر من 60 دولة إسلامية وغير إسلامية

* أستاذ محاضر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل،

مايل : tayebboulahia18@gmail.com

** أستاذ مؤقت، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل،

مايل : omarjijel1800@yahoo.fr

ليصل عدد المؤسسات والبنوك الإسلامية في العالم إلى أكثر من 700 مؤسسة ومصرف بنهاية 2013م (وفقا لتقرير التنافسية العالمي للمصارف الإسلامية)، كما سجلت نموا متزايدا في حجم أنشطتها، إذ يقدر الخبز المعدل السنوي لنمو أنشطة هذه البنوك في مختلف أنحاء العالم بنحو 15% سنويا وهو معدل أعلى من معدل نمو البنوك التقليدية الذي يقل عن 10%، كما تمتلك البنوك الإسلامية أصولا وصلت في نهاية عام 2013م إلى 1260 مليار دولار، ومن المتوقع أن يصل حجم أصولها خلال سنة 2020م إلى نحو 6 تريليون دولار.

ويعتبر تقييم الأداء المالي في البنوك الإسلامية موضوعا ذا أهمية بالغة، وخاصة في الوقت الراهن بعد مُضي ما يُقارب نصف قرن من نشأتها، حيث تحتاج تجربتها إلى تقييم من عدة جوانب، وبالأخص الجانب المالي، وذلك للوقوف على نقاط القوة وتعزيزها، ونقاط الضعف وإيجاد الحلول المناسبة لتجاوزها، ويتطلب ذلك مجموعة من الأدوات والأساليب والتقنيات التي تسهل عملية التقييم، ومن هذه الأساليب: تحليل القوائم المالية، المؤشرات المالية، تحليل الربحية.....إلخ.

ويتم استخدام تحليل القوائم المالية والمؤشرات المالية للوقوف على التأثير الفعلي للسياسات والأساليب المعتمدة من قبل البنوك في إدارة كل من مواردها المالية واستخداماتها، وانعكاساتها على كل من السيولة والربحية والأمان، ويتم مقارنة نتائج ذلك مع نتائج السنوات السابقة أو مع بنوك أخرى مماثلة، أو مع أقوى المنافسين في السوق، وعندها يمكن أن يتحدد لهذه البنوك المركز المالي والموقف الاستراتيجي بوضوح.

أسئلة الدراسة: نحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على مجموع من الأسئلة تتمثل في:

- ما هي أهم الأدوات التي يمكن استخدامها في تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية؟
- هل تتمتع البنوك الإسلامية (عينة الدراسة) بالكفاءة في أداءها بالشكل الذي يسهم في تحقيق ربحية مقبولة؟
- ما هي البنوك الإسلامية الأحسن أداء من خلال النسب المالية المستخدمة في الدراسة؟

أهداف الدراسة: تتمثل أهداف هذه الدراسة في:

- معرفة أساليب وأدوات قياس وتقييم الأداء المالي للبنوك؛
- إجراء تقييم لأداء مجموعة من البنوك الإسلامية من خلال النسب والمؤشرات المالية؛
- ترتيب البنوك الإسلامية (عينة الدراسة) وفق النسب المالية المستخدمة، واختيار البنوك الأحسن أداء.

- عينة وأداة الدراسة:

تمثل عينة الدراسة في 10 بنوك إسلامية من 06 دول، تم تجميع بياناتها المالية من تقاريرها المنشورة سنويا والبالغ عددها 50 تقريرا لمدة خمس سنوات والفترة الممتدة بين 2009م و2013م، كما سيتم الاعتماد في هذه الدراسة على مجموعة من المؤشرات والنسب المالية المستخرجة من قائمة المركز المالي وقائمة الدخل للبنوك محل الدراسة. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على الأسئلة المطروحة قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى أربعة عناصر كما يلي:

أولاً- مفهوم تقييم الأداء المالي؛

ثانياً- الأساليب التقليدية لتقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية؛

ثالثاً- الاتجاهات الحديثة لتقييم الأداء المالي في البنوك الإسلامية؛

رابعاً- تقييم الأداء المالي لمجموعة من البنوك الإسلامية للفترة 2009-2013م.

المحور الأول: مفهوم تقييم الأداء المالي

يعد الأداء المالي مفهوماً ضيقاً لأداء العمل، حيث أنه يركز على استخدام نسب بسيطة بالاستناد إلى مؤشرات مالية يفترض أنها تعكس إنجاز الأهداف الاقتصادية للبنك، ويشير الأداء المالي إلى العملية التي يتم من خلالها اشتقاق مجموعة من المعايير أو المؤشرات الكمية والتنوعية حول نشاط أي مشروع اقتصادي يساهم في تحديد أهمية الأنشطة التشغيلية والمالية للمشروع، وذلك من خلال معلومات تستخرج من القوائم المالية ومصادر أخرى لكي يتم استخدام هذه المؤشرات في تقييم الأداء المالي للمنشآت⁽¹⁾.

وتشغل عملية تقييم الأداء المالي في المصارف حيزاً واسعاً من لدن أصحاب المصالح ومن بينهم المالكون والمودعون والمقرضون لما لهذه العملية من أهمية في إبراز الوضع المالي لهذه المصارف ومن ثم المساعدة في عملية اتخاذ القرارات⁽²⁾، ذلك أن تقييم الأداء المالي عبارة عن وصف لوضع المصرف الآن وتحديد الاتجاهات التي استخدمها للوصول إليه من خلال دراسة الإيرادات، الموجودات، المطلوبات، وصافي الثروة، كما أنه يوضح أثر هيكل التمويل والاستخدام على مؤشرات الربحية، ويعكس الكفاءة التمويلية والتشغيلية للبنك. ويمكن القول أن عملية تقييم الأداء المالي تركز على الأركان الأساسية التالية⁽³⁾:

✓ **وجود أهداف محددة مسبقاً (المعايير):** فعملية تقييم الأداء لا توجد إلا حيث توجد أهداف محددة مسبقاً، وقد تكون في صورة خطة أو سياسة أو معيار أو نمط، فاللوائح المالية

وقوانين ربط الموازنة وما تتضمنه من قواعد وضوابط، وكذلك التكاليف النمطية ومعدلات الأداء المعيارية، أهداف محددة مسبقا يتم على أساسها عملية تقييم الأداء.

٧ قياس الأداء الفعلي: يتم قياس الأداء الفعلي عادة بالاعتماد على ما توفره النظم المحاسبية والأساليب الإحصائية من بيانات ومعلومات، ويجب توفر عاملين مدرين للقيام بهذه الأعمال مع استخدام الآلات المستحدثة متى كان ذلك مناسبا، لسرعة عرض نتائج القياس أو التقدير واتخاذ القرارات الخاصة بها.

٧ مقارنة الأداء الفعلي بالمعايير: يتم مقارنة الأداء المحقق بالمعايير لتحديد الانحرافات سواء كانت إيجابية أو سلبية، ولتمكين الإدارة من التنبؤ بالنتائج المستقبلية، وجعلها قادرة على مجابهة الأخطاء قبل وقوعها من أجل اتخاذ الإجراءات اللازمة التي تحول دون وقوعها.

٧ اتخاذ القرارات المناسبة لتصحيح الانحرافات: إن اتخاذ القرار لتصحيح انحراف ما يتوقف على البيانات والمعلومات المتاحة عن الأهداف المحددة مسبقا وقياس الأداء الفعلي، ومقارنة ذلك الأداء المحقق بالهدف المخطط، لذلك فإن تحليل الانحراف وبيان أسبابه يساعدان على تقدير الموقف واتخاذ القرار المناسب الذي يجب أن يكون في الوقت المناسب، ومحددا بوضوح نوع التصحيح المطلوب، آخذا في الاعتبار جميع الظروف المحيطة بالقرار.

ثانيا. الأساليب التقليدية لتقييم الأداء المالي للبنوك

تمثل أهم الأساليب التقليدية المستخدمة في تقييم الأداء المالي للبنوك في الآتي:

1- تحليل القوائم المالية في البنوك

يقوم تحليل القوائم المالية على التعرف على النسبة التي يمثلها بند معين ضمن مجموعة كلية أو مجموعة فرعية، مثل نسبة السيولة إلى إجمالي الأصول أو إجمالي الأصول المتداولة، ويتضمن هذا التحليل أسلوبين هما⁽⁴⁾:

- التحليل العمودي (الرأسي) للمقارنة مع البنوك الأخرى: وتشمل إعداد القوائم المالية ذات الحجم الموحد.
- التحليل الأفقي لمقارنة تطور البيانات عبر الزمن: ويشمل إعداد قوائم الاتجاهات الزمنية.

1-1: التحليل العمودي (الرأسي) للقوائم المالية

يهدف هذا الأسلوب من التحليل إلى التغلب على مشكلة الحجم في عملية مقارنة المركز المالي والأرباح والخسائر بين عدة بنوك، ويتم ذلك من خلال إعطاء أوزان لمكونات

البيانات بالنسبة لإجمالي الأصول، في حالة الميزانية العامة، وإجمالي الإيرادات في حالة جدول الأرباح والخسائر، الذي يجب أن يساوي كل منهما 100%، ويتضمن التحليل العمودي إعداد بيانيين ماليين هما: الميزانية العامة ذات الحجم الموحد وجدول الأرباح والخسائر ذو الحجم الموحد.

1-2: التحليل الأفقي (تحليل الاتجاه) للقوائم المالية

يهدف هذا التحليل إلى تحديد اتجاه التغيرات في البيانات المالية عبر الزمن، ويتطلب هذا التحليل الحصول على بيانات مالية لعدة سنوات أو فترات متعاقبة، ويتم التحليل أولاً باختيار وتحديد سنة أساس يكون فيها أداء البنك طبيعياً ولم يتعرض خلالها إلى عوامل سلبية أو حقق خلالها نتائج مالية غير عادية، وثانياً يتم إعطاء سنة الأساس نسبة 100%، وثالثاً يتم نسبة أرقام نفس العنصر للسنوات التالية والسابقة لسنة الأساس إلى قيمة العنصر نفسه في سنة الأساس.

2- تقييم الأداء المالي باستخدام النسب المالية

يعد استخدام النسب المالية في التحليل المالي من أهم الوسائل التي تساعد الإدارة على معرفة وضع سيولة البنك وموقف الأموال المتاحة للتوظيف، فضلاً عن ملاءة رأس المال والربحية في هذه البنوك⁽⁵⁾، وتعرف النسب المالية بأنها علاقة رياضية تقوم بالجمع بين رقمين هما البسط والمقام، وهذه العلاقة لا تكون ذات دلالة إلا في حالة مقارنتها بالنسب المالية للمصرف المعني وللسنوات سابقة أو مقارنتها بنسب حالية لمصارف أخرى، وهنالك عدد كبير من النسب المالية التي تستخدم في تقييم الأداء المالي للبنوك كافة، وبذلك تتعدد الخيارات في اختيار النسب المالية وذلك تبعاً لطبيعة التقييم وظروفه والأهداف المراد الوصول إليها. ويمكن ترتيب النسب المالية بوصفها مؤشرات لتقييم الأداء المالي في البنوك إلى تصنيفات عدة كما يلي⁽⁶⁾:

1-2: نسب كفاية رأس المال

تعرف كفاية رأس المال بمدى قدرة المصرف على امتصاص الخسائر التي تحدث نتيجة مختلف عمليات التمويل والاستثمار التي يقوم بها، وذلك عن طريق حق الملكية المتاحة لأصحاب المصرف، وبعبارة أخرى يمكن النظر إلى هذه النسب على أساس أنها قياس لمدى كفاية رأس المال، أي قياس فيما إذا كان رأس مال البنك كافياً لدعم مخاطر الميزانية العامة، ومن هذه النسب ما يلي:

- كفاية حقوق الملكية للودائع = حقوق الملكية / إجمالي الودائع
- كفاية حقوق الملكية لمخاطر التمويل والاستثمار = حقوق الملكية / إجمالي التمويل والاستثمار
- مضاعف حقوق الملكية = إجمالي الموجودات / حقوق الملكية
- نسبة الأصول الخطرة = حقوق الملكية / مجموع الموجودات (ما عدا السائلة)

2-2: نسب السيولة

تمثل مؤشرات السيولة في تلك النسب التي تقيس مقدرة المؤسسات المصرفية على الوفاء بالالتزامات قصيرة الأجل مما لديها من نقدية، وتعد نسب السيولة من الأهمية بمكان لإدارة المصرفية والمودعين والملاك والمقرضين. إذ يتوجب على المصارف توفير جزء من مواردها يكون على شكل نقد سائل لمواجهة توقع حدوث سحب كبير من لدن المودعين قد يعجز المصرف المعني عن مواجهته فيما إذا توسع في سياسات الاستثمار والتمويل. وتعد السيولة من بين أهم السمات الحيوية التي تتميز بها المصارف بصورة عامة والمصارف الإسلامية على وجه التحديد عن الوحدات الاقتصادية الأخرى، ففي الوقت الذي تستطيع فيه الوحدات الاقتصادية تأجيل الوفاء بما عليها من مستحقات مالية لبعض الوقت، فإن مجرد إشاعة عدم توافر سيولة لدى المصرف كفيلة بأن تفقد ثقة المودعين مما يؤدي بهذه المصارف إلى الإفلاس بعد سحب الودائع من لدن المودعين، وهناك مؤشرات كثيرة للسيولة من أهمها:

- نسبة السيولة المتداولة = (الموجودات السائلة + الاستثمارات قصيرة الأجل) / المطلوبات المتداولة
- نسبة السيولة السريعة = الموجودات السائلة / المطلوبات المتداولة
- نسبة السيولة العامة = الموجودات السائلة / إجمالي الموجودات

3-2: نسب النشاط

تُشير هذه النسب إلى مدى كفاءة إدارة البنك في استغلال وتشغيل الموارد لديها، وهي معدلات تؤثر في ربحية البنوك ورسولتها، أو بعبارة أخرى تقيس هذه المؤشرات مدى كفاءة البنك في توظيف الأموال المتاحة لديه في تحقيق عوائد عليها، ومن بين هذه النسب ما يلي:

- معدل توظيف الموارد المتاحة = إجمالي الاستثمارات / (إجمالي الودائع + حقوق الملكية)
- نسبة التكاليف إلى إجمالي الاستثمارات = إجمالي التكاليف / إجمالي الاستثمارات
- نسبة الإيرادات إلى إجمالي الاستثمارات = إجمالي الإيرادات / إجمالي الاستثمارات

- معدل تكلفة الدخل = إجمالي التكاليف التشغيلية / إجمالي الإيرادات

4-2: نسب الربحية

تعكس مؤشرات الربحية الأداء الكلي للمؤسسات والشركات، إذ يعد الربح المحور الأساسي في قيام كثير من الأنشطة الاقتصادية، ومن دون الربحية لا تستطيع المنشآت جذب أي مستثمر - سواء الداخلي أو الخارجي - ومن ثم فإن الملاك والممولين سيتحولون إلى أنشطة ومنشآت أخرى وتبين هذه النسب مدى قدرة المصارف على توليد الأرباح من العمليات التي تقوم بها ولا تقتصر أهمية هذه المجموعة من النسب على الإدارة فقط بل هي تهم أيضا المودعين والملاك والمقرضين، فالأرباح التي تحققها المصارف تعد من أهم العوامل التي تؤثر في ثروة الأفراد (المودعين)، فضلا عن أن هذه المؤشرات تعد من أهم المؤشرات المالية التي تستخدم في تقييم الأداء المالي للمصارف وتمكن من قياس قدرتها على تحقيق عائد نهائي صافي من الأموال.

ومن بين هذه المؤشرات ما يلي:

- معدل العائد على الأصول = الأرباح الصافية / إجمالي الموجودات
- معدل العائد على حقوق الملكية = الأرباح الصافية / حقوق الملكية
- معدل هامش الربح = الأرباح الصافية / إجمالي الإيرادات

ثالثا: الاتجاهات الحديثة لتقييم الأداء المالي للبنوك

إلى جانب الأساليب التقليدية السابقة الذكر، المستخدمة في تقييم الأداء المالي للبنوك، ظهرت العديد من الأساليب الحديثة نتعرض فيما يلي لبعض منها:

1- طريقة CAMELS لتقييم أداء البنوك

تمثل طريقة CAMELS في مجموعة من المؤشرات التي يتم من خلالها تحليل الوضعية المالية لأي مصرف ومعرفة درجة تصنيفه، وتعتبر هذه الطريقة إحدى الوسائل الرقابية المباشرة التي تتم عن طريق التفتيش الميداني، حيث عملت السلطات الرقابية في أمريكا على الأخذ بنتائج معيار CAMELS والاعتماد عليها في اتخاذ القرارات، وذلك من خلال ستة مؤشرات تتمثل أساسا في العناصر التالية⁽⁷⁾:

- كفاية رأس المال (Capital Adequacy)؛
- جودة الأصول (Assets quality)؛
- كفاءة الإدارة (Management quality)؛
- إدارة الربحية (Earnings Management)؛

- السيولة (Liquidity)؛

- الحساسية اتجاه مخاطر السوق (Sensitivity to Market Risk).

حيث يرمز الحرف C لمدى كفاية رأس المال لحماية المودعين وتغطية المخاطر والحرف A لجودة المتوجات وما يتوقع تحصيله من قيمتها الصافية داخل وخارج الميزانية ومدى وجود مخصصات لمقابلة الموجودات المشكوك في تحصيلها، بينما يرمز الحرف M للإدارة ومستوى كفاءتها وتعمقها والتزامها بالقوانين المنظمة للعمل المصرفي ومدى كفاءة أجهزة الضبط الداخلي والمؤسسي ووجود سياسات وتخطيط مستقبلي، أما حرف E فيرمز لمستوى الربحية ومدى مساهمتها في نمو المصرف وزيادة رأس المال، والحرف L يرمز لقياس سلامة السيولة ومقدرة المصرف على الإيفاء بالتزاماته الحالية والمستقبلية المتوقعة وغير المتوقعة، وأخيرا يرمز الحرف S لحساسية المصرف اتجاه السوق⁽⁸⁾.

2: مؤشرات خلق القيمة

يُمكن القول أن خلق القيمة عبارة عن الفرق بين القيمة الاقتصادية للأصل والقيمة المحاسبية للأصل والذي يتمثل في مبلغ الأموال المستثمرة في نشاط المؤسسة، أي أن خلق القيمة يتحدد من خلال العائد الاقتصادي الناتج عن ارتفاع عوائد الأموال المستثمرة على تكلفة رأس المال.

ويمكن تقسيم مؤشرات قياس خلق القيمة حسب طبيعتها إلى⁽⁹⁾:

1-2: مؤشرات ذات طبيعة محاسبية

سادت هذه المؤشرات إلى غاية الثمانينات من القرن الماضي، حيث كانت المؤسسات تعتمد على النتيجة الصافية والعائد على السهم لقياس خلق القيمة، ثم بعد ذلك بدأت المؤسسات تعتمد على مؤشرات محاسبية أخرى تمثلت أساسا في كل من معدل العائد على الأموال الخاصة ومعدل العائد على الاستثمار.

2-2: مؤشرات ذات طبيعة اقتصادية

تمثل المؤشرات ذات الطبيعة الاقتصادية أساسا في القيمة الاقتصادية المضافة (EVA) ، حيث يركز مفهوم القيمة الاقتصادية المضافة إلى الوصول إلى مستوى النتيجة من خلال القيمة المضافة لأنها تُحسب بعد تعويض كل من الدائنين والمساهمين على أساس المبالغ المستثمرة في المؤسسة.

وبعبارة أخرى يبين هذا المفهوم أن المؤسسة تحقق أرباحا إذا كانت الإيرادات المحققة تغطي التكاليف التشغيلية وكذا تكاليف رأس المال، كما تعتبر القيمة الاقتصادية المضافة

معياراً لقياس كفاءة المؤسسة، حيث تسمح بقياس جودة فريق العمل، وبالتالي فإن القيمة الاقتصادية المضافة تساوي نتيجة الاستغلال قبل الضريبة ناقص تكلفة رأس المال المستخدم في المؤسسة.

وقد عُرف مقياس القيمة الاقتصادية المضافة بأنه "مقياس للإنتاج المالي لتقدير الربح الحقيقي حيث ارتبط بتعظيم ثروة المساهمين على مدى الوقت، وهو الفرق بين صافي الربح التشغيلي المعدل بعد الضرائب وتكلفة رأس المال المملوك والمقترض¹⁰. وتقاس القيمة الاقتصادية المضافة بالمعادلة التالية⁽¹¹⁾:

القيمة الاقتصادية المضافة = (معدل العائد على رأس المال المستثمر - معدل تكلفة الدخل) × رأس المال المستثمر

$$EVA = Capital\ invest \times (ROIC - WACC)$$

حيث: ROIC: معدل العائد على الأموال المستثمرة

WACC: التكلفة المتوسطة المرجحة لرأس المال.

وفي البنوك الإسلامية يُعتبر أسلوب القيمة الاقتصادية المضافة مؤشراً لقياس الأداء، حيث يحدد وبدقة ما يقدمه البنك للملاك المساهمين وأصحاب الودائع الاستثمارية من قيمة مضافة، وذلك بالمقارنة بين تكلفة مختلف مصادر التمويل ومردودية الأموال المستثمرة.

رابعا- تقييم الأداء المالي لمجموعة من البنوك الإسلامية للفترة (2009-2013م)

فيما يلي سنقوم بتقييم الأداء المالي لمجموعة من البنوك الإسلامية (10 بنوك من 06 دول) (أنظر الملحق)، لمدة 5 سنوات متتالية وللفترة الممتدة بين 2009م و2013م، وذلك باستخدام مجموعة من النسب المالية، هذا كمرحلة أولى، ثم نقوم في المرحلة الثانية بترتيب البنوك من حيث الأداء حسب كل مؤشر من المؤشرات المستخدمة، ثم حسب كل المؤشرات:

1- تقييم الأداء المالي

لأجل تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية محل الدراسة، سنعتمد على مجموعة من النسب المالية المستخرجة من قائمة الدخل وقائمة المركز لهذه البنوك، وتمثل هذه النسب فيما يلي:

جدول رقم (01): النسب المالية المستخدمة في الدراسة

المؤشر	نسبة القياس
مؤشر كفاية رأس المال	- كفاية حقوق الملكية للودائع = حقوق الملكية / إجمالي الودائع - كفاية حقوق الملكية في مقابلة مخاطر التمويل الاستثمار = حقوق الملكية / إجمالي التمويل والاستثمار
مؤشرات السيولة	- الموجودات السائلة / إجمالي الموجودات - الموجودات السائلة / إجمالي الودائع
مؤشرات النشاط	- معدل توظيف الموارد المتاحة = إجمالي التمويل والاستثمار / (الودائع + حقوق الملكية) - معدل تكلفة الدخل = المصاريف التشغيلية / إجمالي الإيرادات - نسبة التكاليف التشغيلية إلى إجمالي التمويل والاستثمار - نسبة الإيرادات إلى إجمالي التمويل والاستثمار
مؤشرات الربحية	- معدل العائد على الأصول = الأرباح الصافية / إجمالي الأصول (الموجودات) - معدل العائد على حقوق الملكية = الأرباح الصافية / حقوق الملكية

وللحكم على أداء البنوك الإسلامية من خلال النسب السابقة، قمنا بحساب:

- متوسط كل نسبة ولكل بنك لفترة خمس سنوات (من 2009م إلى 2013م)؛
 - المتوسط العام لكل نسبة بالنسبة لكل بنك؛
 - المتوسط السنوي لكل البنوك ولكل نسبة.
- وقد كانت نتائج القياس حسب كل مؤشر كما يلي:

1-1: مؤشر كفاية حقوق الملكية

تم استخدام نسبتين لقياس هذا المؤشر (كفاية حقوق الملكية للودائع، وكفاية حقوق الملكية في مقابلة مخاطر التمويل والاستثمار)، ونتائج القياس موضحة في الجدولين التاليين:

جدول رقم (02): متوسطات نسب كفاية رأس المال لكل مصرف خمس سنوات

البنك النسبة	JOR	BBG	JAZ	RJH	INM	BOB	KFH	QTR	BIL	EMA	المتوسط
كفاية حقوق الملكية للودائع	7,71	15,28	15,77	19,31	-	18,54	18,26	34,33	18,19	12,92	17,81
كفاية حقوق الملكية لمخاطر التمويل والاستثمار	10,79	33,98	17,8	18,7	55,89	17,12	25,91	25,27	22,37	14,41	24,22

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك عينتها الدراسة

جدول رقم (03): متوسط نسب كفاية حقوق الملكية لكل المصارف

السنة النسبة	2009	2010	2011	2012	2013
كفاية حقوق الملكية للودائع	20,94	18,79	18,04	15,71	15,58
كفاية حقوق الملكية لمخاطر التمويل والاستثمار	31,60	29,54	24,31	17,95	17,72

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك عينتها الدراسة

من خلال الجدولين السابقين نلاحظ ما يلي:

أ- كفاية حقوق الملكية بالنسبة للودائع: تشير هذه النسبة إلى مدى مقدرة المصرف على رد الودائع التي حصل عليها من خلال أمواله المملوكة، وتشير كذلك إلى مدى اعتماده على حقوق الملكية كمصدر من مصادر التمويل، وكلما زادت هذه النسبة زاد معها أمان المودعين، وتحسب من خلال العلاقة: **حقوق الملكية/ إجمالي الودائع** ويُظهر الجدول رقم (03) أن المتوسط السنوي لهذه النسبة تراوح بين 20,93% سنة 2009م و 15,83% سنة 2013م، وهي نسب مقبولة تعطي نوع من الأمان بالنسبة للمودعين، لكن الشيء الملاحظ أيضا أن هذه النسبة في انخفاض مستمر من سنة لأخرى خلال فترة الدراسة وفي حال استمرار هذا الانخفاض في السنوات اللاحقة فذلك يمكن أن يعطي مؤشرا سلبيا للمودعين، ومن جهة أخرى يُظهر الجدول رقم (02) أن خمسة بنوك

(تمكنت من تحقيق متوسطات أعلى من المتوسط العام لمعدل القدرة على رد الودائع من خلال حقوق الملكية والبالغ 17,81%) باستثناء مصرف الإنماء والذي كانت فيه هذه النسبة مرتفعة جدا وبلغت في متوسط خمس سنوات أكثر من 281% والسبب في ذلك يعود لصغر حجم الودائع سنة 2009م مقارنة بحقوق الملكية، وهذه البنوك هي: مصرف قطر الإسلامي 34,33%، مصرف البلاد السعودي 18,19%، مصرف الراجحي 19,31%، بيت التمويل الكويتي 18,54%، مصرف بويان الكويتي 18,25%.

ب - كفاية حقوق الملكية في مقابلة مخاطر التمويل والاستثمار: تمكن هذه النسبة من التعرف على مدى قدرة المصرف في مجابهة المخاطر التي يمكن أن تنجم عن عمليات التمويل والاستثمار، وبحسب هذا المؤشر من خلال العلاقة التالية:

حقوق الملكية / إجمالي التمويل والاستثمار

يظهر الجدول رقم (03) أن هذه النسبة في انخفاض مستمر من سنة لأخرى، حيث بلغت ما نسبته 31,59% سنة 2009م، و17,72% سنة 2013م، ما يمكن أن يعطي نظرة سلبية على مدى قدرة هذه البنوك على مواجهة مخاطر التمويل والاستثمار لو استمرت هذه النسبة في الانخفاض، إلا أن الأرقام المسجلة تشير بأن حقوق الملكية قادرة على امتصاص الخسائر أو المخاطر التي يمكن أن تنجم عن عمليات التمويل والاستثمار بشكل كبير، ومن جهة أخرى يُظهر الجدول رقم (02) أن أربعة بنوك فقط استطاعت أن تتجاوز المتوسط العام لهذه النسبة والبالغ 24,22%، مما يدل على مدى قدرة هذه البنوك على مقابلة المخاطر التي يمكن أن تنجم عن عمليات التمويل والاستثمار دون اللجوء للودائع، وذلك مقارنة بالمصارف الأخرى والتي سجلت متوسطات أقل من المتوسط العام.

2-1: نسب السيولة

تقيس مؤشرات السيولة مدى قدرة المصرف على تحويل أصوله إلى نقدية جاهزة دون التعرض لخسائر كبيرة، كما تعني أيضا مدى مقدرته على الوفاء بالتزاماته قصيرة الأجل، والجدولين التاليين يوضحان متوسطات نسب السيولة في المصارف الإسلامية عينة الدراسة:

جدول رقم (04): متوسطات نسب السيولة لكل مصرف لخمس سنوات

البنك	JOR	BBG	JAZ	RJH	INM	BOB	KFH	QTR	BIL	EMA	المتوسط
النسبة نسبة السيولة إلى إجمالي الموجودات	35,53	23,74	22,69	16,29	31,75	22,19	4,86	19,66	31,15	30,05	23,79
النسبة السيولة إلى إجمالي الودائع	36,7	28,26	28,73	20,71	-	29,84	7,64	35,5	38,64	41,5	29,72

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك عينة الدراسة

جدول رقم (05): متوسط نسب السيولة لكل المصارف ولكل سنة

2013	2012	2011	2010	2009	
20,07	23,62	22,48	24,88	27,91	نسبة السيولة إلى إجمالي الموجودات
26,27	31,11	29,75	32,24	29,26	نسبة السيولة إلى إجمالي الودائع

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك عينة الدراسة

أ- نسبة الموجودات السائلة إلى إجمالي الموجودات: تشير هذه النسبة على مقدار الأرصدة النقدية التي يواجهها المصرف بالتزاماته، وارتفاع هذه النسبة تقل مخاطر السيولة. ويظهر الجدول رقم (05) أن هذه النسبة في انخفاض مستمر خلال فترة الدراسة، ما عدا سنة 2012م أين عرفت ارتفاعا طفيفا، وفي العادة ليست هناك نسبة تخطيطية محددة لهذا المؤشر، فكل بنك يحدد نسبة داخلية له للوقوف على نسبة الأموال التي يمكن استخدامها من الأصول عند الاستحقاق أو الوفاء بالتزاماته.

كما نلاحظ من خلال الجدول رقم (04) أن خمسة بنوك حققت متوسط أعلى من المتوسط العام المقدر بـ 23,8% وبذلك فإن خطر السيولة لديها منخفض وهو ما يحقق لها وضعاً أفضل من البنوك الأخرى، ولكن زيادة السيولة لا تعني كفاءة البنك في إدارة السيولة، وإنما تقييد في مواجهة الأخطار، فكفاءة البنك تكون في الموازنة بين مواجهة

الأزمات، وهي أخطار عدم توفر السيولة أو وجود فائض كبير لم يُستثمر يُعرض البنك لضياح أرباح كان من الممكن تحقيقها لو تمّ توظيف الأموال الزائدة على حد السيولة اللازم، كما نلاحظ أيضا أن بيت التمويل الكويتي حقق أضعف نسبة بـ 4,85% والسبب في ذلك يعود لصغر حجم موجوداته السائلة، حيث أن الجزء الأكبر من موجوداته يوجه لمجال التمويل والاستثمار.

ب- نسبة الموجودات السائلة إلى إجمالي الودائع: تعكس هذه النسبة مدى مقدرة المصرف على مواجهة طلبات السحوبات من قبل أصحاب الودائع، ومن خلال الجدول رقم (05) نلاحظ أن هذه النسبة متذبذبة (ترتفع في سنة وتخفض في سنة أخرى) إلا أنها تبقى نسب مقبولة جدا مما يدل على أن خطر السيولة منخفض، فتوافر السيولة يزيد من ثقة المودعين في المصرف ومن تحقيق الأمان في عملياته. كما يُظهر الجدول رقم (04) ان هناك خمسة بنوك استطاعت أن تتجاوز المتوسط العام لهذه النسبة والمقدر بـ 29,72% (باستثناء مصرف الإنماء والذي كان فيه حجم الودائع صغيرا جدا سنة 2009) ما يجعلها في أمان من خطر السيولة والقدرة على مواجهة طلبات السحب من قبل المودعين، وذلك بالمقارنة مع البنوك الأخرى.

3-1: نسب النشاط

تقيس هذه النسب مدى كفاءة إدارة المصرف في استغلال وتشغيل الموارد الموجودة لديها، وهي معدلات تؤثر مباشرة في ربحية وسيولة المصرف، والجدولين التاليين يوضحان بعض من هذه النسب:

جدول رقم (06): متوسط نسب النشاط لكل المصارف ولكل سنة

السنة	2009	2010	2011	2012	2013
النسبة					
معدل توظيف الموارد	78,26	69,61	73,97	84,03	87,07
إجمالي التكاليف إلى إجمالي الإيرادات	74,05	59,76	58,51	55,65	53,44
التكاليف إلى إجمالي التمويل والاستثمار	5,91	4,13	4,35	3,23	3,19
الإيرادات إلى إجمالي التمويل والاستثمار	8,04	7,10	7,12	5,73	5,82

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك عينة الدراسة

جدول رقم (07): متوسطات نسب النشاط لكل مصرف لخمس سنوات

البنك النسبة	JOR	BBG	JAZ	RJH	INM	BOB	KFH	QTR	BIL	EMA	المتوسط
معدل توظيف الموارد	66,9	48	76,5	86,1	95,3	101	62	101,2	68,8	80,1	78,59
التكاليف إلى إجمالي الإيرادات	45,3	89,8	80,7	43	65,5	66,3	69,5	29,43	84,8	28,5	60,28
التكاليف إلى إجمالي التمويل والاستثمار	1,95	6,08	3,9	3,07	2,72	3,48	9,64	1,79	6,83	2,11	4,16
الإيرادات إلى إجمالي التمويل والاستثمار	4,31	6,79	4,8	7,18	4,18	4,56	13,9	6,25	8,18	7,53	6,76

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك عينه الدراسة

أ- معدل توظيف الموارد المتاحة: يشير هذا المعدل إلى مدى توظيف المصرف للموارد المالية المتاحة له (حقوق الملكية والودائع)، في مشاريع تمويلية واستثمارية، ويقاس بالعلاقة: إجمالي التمويل والاستثمار / حقوق الملكية + الودائع

ويُظهر الجدول رقم (06) أن المتوسط السنوي لهذا المعدل بالنسبة لكل المصارف عرف انخفاضاً سنة 2010م بالمقارنة مع سنة 2009م، إلا أنه عرف ارتفاعاً في السنوات الثلاثة اللاحقة، في إشارة إلى زيادة نشاط التمويل والاستثمار في هذه البنوك بعد أن عرف تراجعاً سنة 2010م، كما بلغ المتوسط العام لهذا المعدل 78,85% خلال خمس سنوات، أي أن هذه البنوك تستغل 78,85% من إجمالي الموارد المالية المتاحة لديها في مجال التمويل والاستثمار، وهي نسبة مقبولة جداً، كما يظهر الجدول رقم (07) أن خمسة مصارف استطاعت أن تتجاوز المتوسط العام لهذا المعدل وهي (مصرف قطر الإسلامي 101,16%، مصرف بوبيان 101,12%، مصرف الإنماء 95,3%، مصرف الراجحي 86,11%،

مصرف الإمارات الإسلامي (80,08%) في حين عرف بنك البركة البحريني أضعف نسبة (47%) ويمكن تفسير ذلك بالارتفاع الكبير في الموجودات السائلة سنة 2012م والتي بلغت أكثر من 43% بالمقارنة مع إجمالي الموجودات لديه، وهو ما أثر سلباً على معدل استخدام الموارد المالية المتاحة في مجال التمويل والاستثمار.

ب- التكاليف إلى إجمالي الإيرادات: تقيس هذه النسبة مصاريف أو تكاليف العمليات التي يتحملها البنك متضمنة المصاريف الإدارية وأجور الموظفين والرسوم والمصاريف الأخرى....، كنسبة مئوية من الدخل المحقق، ويعتبر استخدام هذا المؤشر مثالياً للدلالة على مقدرة الإدارة في مراقبة التكاليف، فالتكاليف العالية عادة ما تؤدي إلى تخفيض الأرباح والعكس بالعكس.

ويشير الجدول رقم (06) أن هذا المعدل في انخفاض مستمر خلال فترة الدراسة (تراوح بين 74,04% سنة 2009م و53,44% سنة 2013م)، وفي ذلك إشارة إلى انخفاض في التكاليف المنفقة أو زيادة في الإيرادات المحققة من عمليات التمويل والاستثمار، وهو ما يؤثر إيجاباً على معدل ربحية هذه البنوك، كما يُظهر الجدول رقم (07) أن أربعة بنوك فقط استطاعت أن تحقق معدل أقل من المتوسط العام، وجاء في المرتبة الأولى مصرف الإمارات الإسلامي بـ 28,5% ثم قطر الإسلامي بـ 29,43% ليأتي في المرتبة الثالثة والرابعة كل من الراجحي والإسلامي الأردني على التوالي، وتشير هذه النسب إلى مدى كفاءة هذه البنوك في إدارة التكاليف لديها مقارنة بباقي البنوك الأخرى.

ج - التكاليف إلى إجمالي التمويل والاستثمار: ويساعد هذا المؤشر البنك على التخطيط الاستثماري لأنه يقيس كلفة إدارة الموجودات الاستثمارية لديه، فهو يعبر عن عدد الوحدات النقدية التي يتحملها البنك كتكلفة مقابل كل مئة وحدة نقدية مستثمرة، وبالتالي فإن المنحنى التنازلي لهذا المؤشر يعبر عن كفاءة البنك في إدارة التكاليف لديه.

ويُظهر الجدول رقم (06) أن هذه النسبة في انخفاض مستمر خلال فترة الدراسة (ما عدا ارتفاع طفيف سنة 2011م)، وتراوحت هذه النسبة ما بين 5,91% سنة 2009م و3,19% سنة 2013م، أي أن كل مئة وحدة نقدية مستثمر تكلف ما بين 5,9 و3,2 وحدة نقدية كتكاليف لإدارتها، والمنحنى التنازلي لهذه النسبة يدل على كفاءة البنوك عينة الدراسة في إدارة تكاليفها التشغيلية، كما يُظهر الجدول رقم (07) أن سبعة بنوك (مصرف الإنماء، الإسلامي الأردني، بويان، الراجحي، الجزيرة السعودي، مصرف الإمارات الإسلامي

ومصرف قطر الإسلامي) استطاعت أن تحقق معدل أقل من المتوسط العام (4,16%) ما يدل على كفاءتها في إدارة تكاليفها التشغيلية بالمقارنة مع باقي البنوك الأخرى.

د - الإيرادات إلى إجمالي التمويل والاستثمار: يقيس هذا المؤشر مدى مقدرة البنوك على توليد الإيرادات من خلال نشاط التمويل والاستثمار، حيث يقيس عدد الوحدات النقدية المتولدة كإيرادات مقابل كل مئة وحدة نقدية مستثمرة من طرف البنك، وبالتالي كلما كانت هذه النسبة كبيرة كلما دل ذلك على مقدرة إدارة المصرف على توليد الإيرادات من خلال نشاط التمويل والاستثمار.

ويُظهر الجدول رقم (06) أن المتوسط السنوي لهذه النسبة عرف تراجعاً خلال فترة الدراسة في إشارة إلى تراجع الإيرادات المتولدة عن عمليات التمويل والاستثمار، وقد تراوحت بين 8,04% سنة 2009م و5,8% سنة 2013م، أي أن كل مئة وحدة نقدية مستثمرة تحقق ما بين 8 و5,8 وحدة نقدية كإيرادات، أما الجدول رقم (07) فيُظهر أن خمسة بنوك (مصرف الإمارات الإسلامي، البلاد السعودي، بيت التمويل الكويتي، الراجحي، البركة البحرين) استطاعت تحقيق معدل أعلى من المتوسط العام لهذه النسبة والبالغ 6,76%، ما يدل على مدى قدرة هذه البنوك على توليد إيرادات من خلال عمليات التمويل والاستثمار بالمقارنة مع باقي البنوك الأخرى.

4-1: نسب الربحية

تشير هذه النسب إلى مدى قدرة المصرف على توليد الأرباح، كما تشير إلى كفاءة المصرف في إدارة استخداماته وموارده من أجل تحقيق ربحية عالية، والجدولين التاليين يوضحان مؤشرين من مؤشرات قياس الربحية في البنوك:

جدول رقم (08): متوسط نسب الربحية لكل المصارف ولكل سنة

السنة	النسبة	2009	2010	2011	2012	2013
معدل العائد على الأصول ROA	20,5	91,0	1,21	1,21	1,28	1,28
معدل العائد على حقوق الملكية ROE	5,88	7,91	8,64	9,48	10,35	10,35

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك عينة الدراسة

جدول رقم (09): متوسطات نسب الربحية لكل مصرف لخمس سنوات

المتوسط	EMA	BIL	QTR	KFH	BOB	INM	RJH	JAZ	BBG	JOR	
1,06	0,3	1,07	2,87	0,67	-0,66	1,53	3,31	0,6	-0,65	1,58	معدل العائد على الأصول ROA
7,17	3,17	8,03	14,83	6,01	-8,76	3,41	21,87	5,73	-4,06	21,47	معدل العائد على حقوق الملكية ROE

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير السنوية للبنوك عينة الدراسة

أ- معدل العائد على الأصول ROA: يُشير معدل العائد على الأصول إلى عدد الوحدات النقدية من الأرباح الصافية المتولدة عن استخدام كل وحدة نقدية من إجمالي موجودات البنك، ويُساوي إلى صافي الأرباح إلى إجمالي أصول البنك.

من خلال الجدول رقم (09) نلاحظ أن متوسط معدل العائد على الأصول في البنوك الإسلامية عينة الدراسة في ارتفاع مستمر وتراوح بين 0,52% سنة 2009م و 1,28% سنة 2013م وهو ما يدل على أن هذه البنوك لها كفاءة عالية في توليد الأرباح من خلال حجم الأصول المستثمرة، كما يُظهر الجدول رقم (08) أن المتوسط العام لهذا المعدل بلغ 1,06% خلال خمس سنوات، كما حققت خمسة بنوك متوسط أعلى من المتوسط العام لهذا المعدل، وقد جاء في المرتبة الأولى مصرف الراجحي بمعدل 3,31%، ثم مصرف قطر الإسلامي بـ 2,72% وتشير المعدلات المحققة من طرف هذين البنكين إلى الكفاءة العالية لهما في توليد الأرباح مقارنة بباقي البنوك الأخرى، ليأتي بعدهما كل من البنك الإسلامي الأردني ومصرف الإنماء والبلاد السعوديين، كما حقق كل من بنك البركة البحريني وبنك بويان الكويتي معدلات سلبية ناتجة عن الخسائر المحققة سنة 2009 لكلا البنكين.

ب- معدل العائد على حقوق الملكية ROE: يعتبر مؤشر العائد على حقوق الملكية أحد مؤشرات الربحية في البنوك، والذي يقيس ما حققه كل دينار مستثمر من أرباح لأصحابه، أي العائد المتحقق للمساهمين من استثمارهم في المصرف، فكلما كان هذا المؤشر أعلى كانت ربحية المصرف أفضل بالنسبة للملكي هذا المصرف، والأمر الذي يدل بالتالي على أداء أفضل.

ومن خلال الجدول رقم (08) نلاحظ ان معدل العائد على حقوق الملكية في تزايد مستمر خلال فترة الدراسة، تراوح بين 5.88% سنة 2009م و10,35% سنة 2013م، ما يُوشر على أداء أفضل للبنوك الإسلامية، ويُظهر الجدول رقم (09) أن اربعة بنوك فقط استطاعت أن تتجاوز المتوسط العام لهذا المؤشر والبالغ 7,17% وهي نفسها البنوك التي حققت أداء جيدا فيما يخص معدل العائد على الأصول.

2- ترتيب البنوك الإسلامية

في هذه المرحلة سنقوم بترتيب البنوك الإسلامية عينة الدراسة حسب أدائها المحقق خلال فترة الدراسة (2009-2013م)، وبالاعتماد على مختلف النسب المالية السابقة، ويتم ترتيب هذه البنوك حسب كل مؤشر أولا ثم بالنسبة لكل المؤشرات ثانيا، وذلك كما يلي:

2-1: ترتيب البنوك الإسلامية حسب كل مؤشر

- لترتيب البنوك الإسلامية حسب كل مؤشر سننعمد على المتوسطات الخاصة بكل نسبة ولكل مصرف، ثم ترتيب المصارف عينة الدراسة كما يلي:
- ترتيب كل المصارف (من الرتبة 1 إلى الرتبة 10) بالنسبة لكل نسبة، وذلك حسب متوسطات هذه النسب المحققة خلال خمسة سنوات (فترة الدراسة) مقارنة بالمتوسط العام المحقق من قبل عينة الدراسة، والذي اعتمد كمعيار لترتيب هذه المصارف؛
 - تحويل الرتب إلى درجات على أساس مقياس يتراوح من درجة إلى عشر درجات، حيث يتحصل المصرف في المرتبة الأولى على عشر درجات، والمصرف في المرتبة العاشرة على درجة واحدة، مع افتراض أن كل نسبة لها نفس الأهمية، أي لها نفس الوزن مع باقي النسب الأخرى؛
 - جمع إجمالي الدرجات لكل مصرف ولكل مؤشر، وترتيب المصارف حسب هذه الدرجات.
- وقد كانت نتائج ترتيب المصارف عينة الدراسة حسب كل مؤشر، حسب الجدول رقم (10) كما يلي:

جدول رقم (10): ترتيب البنوك الإسلامية حسب كل مؤشر

مؤشر كفاية حقوق الملكية		مؤشر السيولة		مؤشر النشاط		مؤشر الربحية	
البنك	الدرجة	البنك	الدرجة	البنك	الدرجة	البنك	الدرجة
INM	20	INM	19	QTR	34	RGH	20
QTR	16	JOR	17	IMA	32	QTR	17
KFH	14	IMA	16	RJH	28	JOR	17
RGH	13	BIL	16	BOB	22	BIL	13
BBG	12	QTR	9	INM	22	KFH	11
BIL	11	BOB	9	JOR	21	INM	11
BOB	10	JAZ	9	BIL	17	JAZ	9
JAZ	8	BBG	9	KHF	17	IMA	6
IMA	4	RGH	4	JAZ	16	BBG	4
JOR	1	KHF	2	BBG	11	BOB	2

المصدر: من إعداد الباحثين

أ- مؤشر كفاية حقوق الملكية: بالنسبة لحقوق الملكية نلاحظ من خلال الجدول رقم (10) أن مصرف الإنماء قد احتل المرتبة الأولى بمجموع درجات قدره 20 درجة نتيجة المعدلات العالية المحققة فيما يخص مقابلة حقوق الملكية للودائع ومخاطر التمويل والاستثمار، ويأتي في المرتبة الثانية مصرف قطر الإسلامي بـ 16 درجة يليه بيت التمويل في المرتبة الثالثة بـ 14 درجة وكلاهما حقق نسب أعلى من المتوسط العام لنسب قياس كفاية حقوق الملكية، يأتي بعدهما كل من مصرف الراجحي والبركة البحريني والبلاد السعودي على التوالي وبدرجات أكبر من 11 درجة، حيث كانت النسب المحققة في هذه البنوك مقبولة وقريبة جدا من المتوسط العام للعينة، أما المراتب الثلاث الأخيرة فقد كانت من نصيب كل من الجزيرة السعودي بـ 8 درجات ومصرف الإمارات الإسلامي بـ 4 درجات، والإسلامي الأردني بـ 2 درجة، وهذه المصارف الثلاثة كانت نسبها فيما يخص مؤشر كفاية حقوق الملكية أقل من المتوسط العام للعينة.

ب- مؤشر السيولة: بالنسبة للسيولة احتل المراتب الأربع الأولى كل من (مصرف الإنماء، الإسلامي الأردني، البلاد، ومصرف الإمارات الإسلامي) حيث جمعت أكثر من 16 درجة وكانت فيها متوسطات نسب السيولة أكبر من المتوسط العام للعينة، يأتي بعدها كل من (البركة البحريني، الجزيرة، بويان، ومصرف قطر الإسلامي) على التوالي بمجموع 9

درجات، أما المرتبتين الأخيرتين فقد كانت لكل من الراجحي وبيت التمويل الكويتي واللدان كانت فيهما نسب السيولة ضعيفة وأقل من المتوسط العام للعينة.

ج- مؤشر النشاط: فيما يخص نسب النشاط فقد احتل المرتبة الأولى مصرف قطر الإسلامي بـ 34 درجة وذلك نظير المعدلات الجيدة التي حققها فيما يخص نسبة توظيف الموارد ونسب قياس كفاءة التكاليف، يليه في المرتبة الثانية مصرف الإمارات الإسلامي بـ 32 درجة والذي حقق هو الآخر معدلات مرتفعة فيما يخص نسب قياس كفاءة التكاليف ونسبة الإيرادات المتولدة عن أنشطة التمويل والاستثمار، وجاء في المرتبة الثالثة مصرف الراجحي الذي كانت نسب النشاط لديه جيدة هو الآخر، ليأتي بعدها كل من (مصرف الإنماء، بوبيان، الإسلامي الأردني) على التوالي بمجموع أكثر من 20 درجة حيث كانت متقاربة الأداء فيما يخص نسب النشاط، حيث حقق كل من مصرف الإنماء وبوبيان معدلات أفضل من المتوسط العام فيما يخص نسب توظيف الموارد ونسب التكاليف إلى إجمالي التمويل والاستثمار، أما الأردني الإسلامي فقد حقق نتائج جيدة فيما يخص نسب التكاليف إلى إجمالي التمويل والاستثمار، وكذا نسبة الإيرادات المتولدة عن أنشطة التمويل والاستثمار، ثم يأتي بعدها كل من (البلاد، بيت التمويل الكويتي، والجزيرة السعودي) بمجموع أكثر من 16 درجة، وكانت هي الأخرى متقاربة الأداء فيما يخص نسب النشاط، أما المرتبة الأخيرة فقد كانت من نصيب بنك البركة البحرين، حيث كانت مختلف نسب النشاط المحققة من قبل هذا البنك ضعيفة مقارنة بباقي البنوك الأخرى، ما عدا نسبة الإيرادات المتولدة عن أنشطة التمويل والاستثمار والتي كانت قريبة من المتوسط العام للعينة.

د- مؤشر الربحية: بالنسبة لمؤشرات الربحية فقد احتل المرتبة الأولى مصرف الراجحي بـ 20 درجة نتيجة المعدلات التي حققها فيما يخص معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية، ما يعكس الكفاءة الكبيرة لهذا المصرف في توليد الأرباح، أما المرتبة الثانية فقد كانت من نصيب كل من البنك الإسلامي الأردني ومصرف قطر الإسلامي بـ 17 درجة حيث حققا معدلات أعلى من المتوسط العام لكل من العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية، في المرتبة الثالثة يأتي بنك البلاد السعودي والذي حقق هو الآخر معدلات أعلى من المتوسط العام للعينة، ليأتي بعده كل من مصرف بوبيان وبيت التمويل الكويتي ومصرف الجزيرة السعودي بمعدلات جيدة، أما المراتب الثلاثة الأخيرة فقد كانت من نصيب كل من مصرف الإمارات الإسلامية والبركة البحرين وبوبيان الكويتي على التوالي، حيث أن الأول حقق معدلات أقل من المتوسط العام للعينة إلا أنها معدلات موجبة، أما كل

من البركة البحرينى و بويان الكويتى فقد حققا معدلات سلبية في كل من العائد على الأصول والعائد على حقوق الملكية.

2-2 - ترتيب البنوك الإسلامية حسب كل المؤشرات

لترتيب أداء البنوك الإسلامية حسب كل المؤشرات قمنا بجمع الدرجات المحصل عليها لكل مصرف ولكل المؤشرات (على افتراض أن جميع المؤشرات لها نفس الوزن أو الدرجة من الأهمية) وقد كان ترتيب البنوك الإسلامية عينه الدراسة كما يلي:

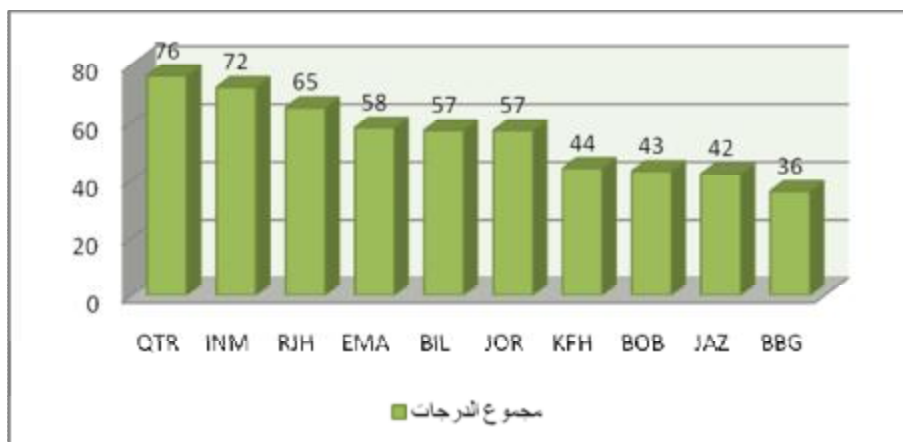
جدول رقم (11): ترتيب البنوك الإسلامية حسب كل المؤشرات

البنك	QTR	INM	RJH	EMA	BIL	JOR	KFH	BOB	JAZ	BBG
مجموع الدرجات	76	72	65	58	57	57	44	43	42	36
الرتبة	1	2	3	4	5	5	6	7	8	9

المصدر: من إعداد الباحثين

ويمكن توضيح ذلك أكثر من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (01): ترتيب البنوك الإسلامية حسب كل المؤشرات



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الجدول السابق

من خلال الجدول السابق نستخلص ما يلي:

حسب الدرجات (لجميع النسب) المحصلة لكل مصرف فقد جاء في المرتبة الأولى مصرف قطر الإسلامي، حيث حقق هذا المصرف نتائج مرتفعة في كل من نسب كفاية حقوق الملكية للودائع ومؤشرات الربحية، وكذلك نسبة توظيف الموارد المتاحة وكذا الكفاءة في إدارة التكاليف التشغيلية، كما حقق نتائج متوسطة فيما يخص توليد الإيرادات من خلال عمليات التمويل والاستثمار مقارنة بالمتوسط العام للعينة فيما يخص هذه النسبة، كما كانت نتائجه فيما يخص السيولة من متوسطة إلى ضعيفة لكنها تبقى مقبولة.

كما جاء في المرتبة الثانية مصرف الإنماء السعودي، حيث كانت نتائجه فيما يخص كفاية حقوق الملكية للودائع ومخاطر التمويل والاستثمار وكذا نسب السيولة ونسب توظيف الموارد مرتفعة، أما فيما يخص باقي النسب فقد كانت مقبولة، ما عدا نسبة الإيرادات إلى إجمالي التمويل والاستثمار فقد كانت ضعيفة.

واحتل المرتبة الثالثة مصرف الراجحي السعودي حسب مختلف المؤشرات المستخدمة، ويعتبر هذا المصرف من أكبر المصارف الإسلامية وأكثرها تميزاً في الأداء، فقد حقق نتائج متميزة فيما يخص نسب الربحية في إشارة إلى الكفاءة العالية التي يتميز بها هذا المصرف في توليد الأرباح، كما حقق نتائج مقبولة فيما يخص نسب النشاط ونسب كفاية حقوق الملكية، إلا أنه حقق نتائج ضعيفة فيما يخص السيولة مقارنة بالمتوسط العام للعينة.

أما المرتبة الرابعة فقد احتلها مصرف الإمارات الإسلامي والذي حقق نتائج جيدة فيما يخص نسب النشاط وكذا نسبة كفاية حقوق الملكية لمخاطر التمويل والاستثمار، بالإضافة إلى نسب السيولة، إلا أن نتائجه فيما يخص الربحية كانت متوسطة وأقل من المتوسط العام للعينة.

وقد جاء في المرتبة الخامسة كل من مصرف البلاد والبنك الإسلامي الأردني، حيث حقق الأول أداء جيداً فيما يخص السيولة وكفاية حقوق الملكية لمخاطر التمويل والاستثمار وكذا نسبة الإيرادات إلى إجمالي التمويل والاستثمار، أما باقي النسب الأخرى فقد حقق فيها أداءً من متوسط إلى ضعيف، أما البنك الإسلامي الأردني فقد حقق أداءً جيداً فيما يخص نسب السيولة والربحية وكفاءة التكاليف، في حين كانت معدلات كفاية حقوق الملكية وتوظيف الموارد المتاحة ضعيفة مقارنة بالمتوسط العام للعينة.

ويأتي في المراتب السادسة والسابعة والثامنة والتاسعة كل من بيت التمويل ومصرف بويان الكويتيان والجزيرة السعودي والبركة البحريني، فقد حقق بيت التمويل الكويتي نتائج جيدة فيما يخص نسبة الإيرادات المتولدة عن أنشطة التمويل والاستثمار ونسب كفاية حقوق الملكية، أما باقي النسب الأخرى فقد كانت من متوسطة إلى ضعيفة خاصة نسب السيولة

والتي احتل فيها المركز الأخير مقارنة بباقي البنوك، أما بنك بوبيان فقد كانت نتائجه جيدة فيما يخص توظيف الموارد وحسنة فيما يخص كفاية حقوق الملكية، إلا أنه حقق أداء ضعيفا فيما يخص مؤشرات الربحية، حيث كانت نتائجه سلبية فيما يخص معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية، أما مصرف الجزيرة السعودي فقد كانت نتائجه متوسطة فيما يخص توظيف الموارد والسيولة والتكاليف وكفاية حقوق الملكية، أما المرتبة الأخيرة فقد احتلها بنك البركة البحرين والذي كانت نتائجه من متوسطة إلى ضعيفة فيما يخص جميع النسبة المالية المستخدمة وذلك بالمقارنة مع باقي البنوك الأخرى.

خاتمة

تشغل عملية تقييم الأداء المالي في البنوك حيزا واسعا من اهتمام الأطراف ذات العلاقة معها سواء كانوا مالكيين أو مودعين أو عملاء، وذلك لما لها من أهمية بالغة في إبراز الوضع المالي للبنك، ومن تم المساعدة في عملية اتخاذ القرارات.

وقد حاولنا من خلال هذه الدراسة إجراء تقييم للأداء المالي لعينة من البنوك الإسلامية من خلال مجموعة من النسب المالية، حيث تم التوصل إلى النتائج التالية:

- حققت البنوك الإسلامية عينة الدراسة معدلات مقبولة فيما يخص كفاية حقوق الملكية للودائع، ما يعطي نوع من الأمان للمودعين، لكن الشيء الملاحظ أن هذه النسبة عرفت انخفاضا مستمرا خلال فترة الدراسة، وقد كان مصرف الإنماء صاحب أفضل معدل فيما يخص هذه النسبة؛

- أظهرت نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي التمويل والاستثمار أن البنوك الإسلامية محل الدراسة قادرة على امتصاص المخاطر التي يمكن أن تنجم عن عمليات التمويل والاستثمار، إلا أن هذه النسبة عرفت هي الأخرى انخفاضا مستمرا خلال فترة الدراسة، ما يمكن أن يعطي نظرة سلبية عن مدى قدرة هذه البنوك في امتصاص مخاطر التمويل والاستثمار في حال استمرار هذه النسبة في الانخفاض، وقد كانا مصرفي الإنماء وقطر الإسلامي صاحبي أعلى معدل بالنسبة لهذا المؤشر؛

- أظهرت نسب السيولة أن نصف العينة (خمسة بنوك) فقط استطاعت أن تتجاوز المتوسط العام للعين خلال فترة الدراسة، ما يشير إلى أن خطر السيولة لديها منخفض مقارنة بباقي البنوك الأخرى؛ وقد كان كل من مصرف الإنماء والأردني الإسلامي صاحبي أعلى معدل فيما يخص هذه النسب، لكن ذلك لا يعني أنهما أفضل من باقي البنوك الأخرى؛

- عرف مؤشر توظيف الموارد المالية ارتفاعا خلال السنوات الثلاثة الأخيرة، في إشارة إلى زيادة نشاط التمويل والاستثمار في هذه البنوك، كما أن هذه البنوك تستغل في المتوسط حوالي 79% من إجمالي الموارد المالية المتاحة في مجال التمويل والاستثمار، وقد كان مصرف قطر الإسلامي صاحب أفضل أداء فيما يخص هذا المؤشر؛
- أظهرت البنوك الإسلامية محل الدراسة كفاءة في إدارة التكاليف التشغيلية، وهو ما يشير إليه المنحى التنازلي لنسبة التكاليف التشغيلية إلى إجمالي التمويل والاستثمار وكذا نسبة التكاليف إلى إجمالي الإيرادات التي عرفت هي الأخرى انخفاضا مستمرا خلال فترة الدراسة، وقد كان كل من مصرف قطر الإسلامي والراجحي والإمارات الإسلامي الأفضل فيما يخص هذه النسب؛
- عرف مؤشر الإيرادات إلى إجمالي التمويل والاستثمار تراجعاً مستمرا خلال فترة الدراسة في إشارة إلى تراجع الإيرادات المتولدة عن أنشطة التمويل والاستثمار، كما أن نصف العينة (خمسة بنوك) فقط استطاعت أن تتجاوز المتوسط العام لهذا المؤشر، ما يدل على قدرتها على توليد الإيرادات من خلال أنشطة التمويل والاستثمار مقارنة بباقي البنوك الأخرى؛
- عرف متوسط العائد على الأصول (ROA) ارتفاعاً مستمرا خلال فترة الدراسة، ما يدل على أن هذه البنوك لها كفاءة عالية في توليد الأرباح من خلال حجم الأصول المستثمرة، لكن هذه القدرة متفاوتة من بنك لآخر، حيث أن نصف العينة فقط استطاعوا يتجاوز المتوسط العام لهذا المعدل، وقد كان مصرف الراجحي صاحب أفضل أداء فيما يخص هذا المعدل؛
- كما أن معدل العائد على حقوق الملكية (ROE) عرف هو الأخر تزايداً مستمرا خلال فترة الدراسة، ما يعكس تبني هذه البنوك لإستراتيجية تعظيم حقوق الملاك المساهمين، وقد كان مصرف الراجحي أيضا صاحب أفضل أداء فيما يخص هذا المعدل؛
- فيما يخص ترتيب البنوك الإسلامية حسب مختلف النسب المالية المستخدمة، فقد احتل المرتبة الأولى مصرف قطر الإسلامي والذي تميز بأداء جيد فيما يخص كفاية حقوق الملكية للدوائع ومؤشرات الربحية وكذا توظيف الموارد المالية وإدارة التكاليف التشغيلية، أما المرتبة الثانية فقد احتلها مصرف الإنماء والذي تميز بالدرجة الأولى في كفاية حقوق الملكية للدوائع ومخاطر التمويل والاستثمار (وذلك لكبر حجم حقوق الملكية مقارنة بالدوائع وحجم الأموال المستثمرة)، وكذا نسب السيولة والتي كانت مرتفعة (لكنها لا تعني دوماً أن المصرف في وضع أفضل)، ويأتي في المرتبة الثالثة مصرف الراجحي والذي تميز وبشكل

كبير فيما يخص مؤشرات الربحية ما يدل على الكفاءة العالية لهذا المصرف في توليد الأرباح، حيث يعتبر من بين أكبر المصارف الإسلامية وأكثرها تميزا ونجاحا.

الاقتراحات:

- على ضوء النتائج السابقة يمكننا تقديم بعض الاقتراحات نوجزها فيما يلي:
- يجب أن ينال موضوع تقييم الأداء المالي في البنوك الإسلامية الاهتمام الواجب من قبل القائمين على هذه البنوك، لأن مستوى أداء المصرف الناتج عن الدراسة يمثل معيارا أساسيا لتقييم أداء الإدارة ومدى نجاحها في تحقيق الأهداف؛
- يتوجب على البنوك الإسلامية العمل أكثر على استقطاب حجم أكبر من الودائع وتنويع مصادر التمويل ومحاوله استثمار الموارد المالية المتاحة بالشكل المناسب؛
- لا بد على البنوك الإسلامية أن تضع نسبا محددة لحجم السيولة لديها مقارنة بما تملكه من ودائع وكذا توقعاتها بشأن طلبات سحب الودائع، وتفادي تعطيل الموارد المالية على شكل سيولة نقدية غير مستغلة؛
- على البنوك الإسلامية أن تحافظ على مستوى الكفاءة في إدارة التكاليف التشغيلية ومحاوله تحسينها؛
- ينبغي التنويع في عمليات التمويل والاستثمار بالشكل الذي يساهم في زيادة الإيرادات المتولدة عن هذه الأنشطة؛
- على البنوك الإسلامية أن تحافظ على مستوى الربحية المحقق ومحاوله تحسينها.

الهوامش:

- ¹ محمد مطر، الاتجاهات الحديثة في التحليل المالي والائتماني، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006، ص 03.
- ² حيدر يونس كاظم الموسوي، أثر الأداء المالي للمصارف الإسلامية في مؤشرات سوق الأوراق المالية - الأردن والسعودية حالة تطبيقية للفترة 1990-2007 - رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الكوفة، كلية الإدارة والاقتصاد، 2009م، ص 42.
- ³ أمارة محمد يحيى عاصي، تقييم الأداء المالي للمصارف الإسلامية دراسة تطبيقية على البنك الإسلامي الأردني للتمويل والاستثمار، رسالة ماجستير (غ منشورة)، الأردن، 2008، ص 176.
- ⁴ محمود العلجوني، البنوك الإسلامية، أحكامها مبادئها وتطبيقاتها المصرفية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2008م، ص 385-389.
- ⁵ زياد سليم رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2003م، ص 270.
- ⁶ أنظر في ذلك :
- صلاح الدين حسن السيسي، الإدارة العلمية للمصارف التجارية وفلسفة العمل المصرفي المعاصر، دار الوسام للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، 1997، ص 34.
- محمود العلجوني، مرجع سابق، ص 400-417.
- Santomero , A. , Financial Innovation and Bank risk taking , Journal of economic behavior and organization , Vol. 3 ,1998 , p. 32 .
- Bates , Timphy , and William Bedford , An analysis to the portfolio behavior of Balk- Owned commercial Bank, Journal of finance , N° 3 , June - 1996 , p 756 .
- كمال الدين الدهراوي، تحليل القوائم المالية لأغراض الاستثمار، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006، ص: 214-215.
- سمير عبد الرزاق السرايري، قياس الأداء المالي للمصارف السعودية وتقييمها، مجلة بحوث اقتصادية عربية، عدد 44، 2008، ص: 128-152.
- ⁷ طارق عبد العال حماد، تقييم أداء البنوك التجارية (تحليل العائد والمخاطرة)، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003م، ص 103.
- ⁸ شوقي بورقية، الكفاءة التشغيلية للمصارف الإسلامية (دراسة تطبيقية مقارنة)، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2014م، ص 120.
- ⁹ نفس المرجع ، ص 155.

¹⁰ نهاد ناهض فؤاد الهبيل، قياس الكفاءة المصرفية باستخدام نموذج حد التكلفة العشوائية (دراسة تطبيقية على المصارف المحلية في فلسطين)، رسالة ماجستير (غ منشورة)، الجامعة الإسلامية بغزة، 2013، ص 47.

¹¹ محمد جموعي قريشي، تقييم أداء المؤسسات المصرفية - دراسة حالة لمجموعة من البنوك الجزائرية خلال الفترة 1994-2000م، مجلة الباحث، العدد 03، ص (89-95)، 2004م، ص 92.

ملحق: البنوك الإسلامية عينة الدراسة، وترتيبها حسب كل نسبة مالية

البنك	البنك الإسلامي الأردني	بنك التركة البحريني	مصرف الجزيرة	مصرف الراجحي	مصرف الإنماء	مصرف بوبيان	بيت التمويل	مصرف قطر الإسلامي	مصرف البلاد	مصرف الإمارات الإسلامي
الدولة	الأردن	البحرين	السعودية	السعودية	السعودية	الكويت	الكويت	قطر	السعودية	الإمارات
الرمز	JOR	BBG	JAZ	RJH	INM	BOB	KFH	QTR	BIL	IMA

البنك	البنك الإسلامي الأردني	بنك التركة البحريني	مصرف الجزيرة	مصرف الراجحي	مصرف الإنماء	مصرف بوبيان	بيت التمويل	مصرف قطر الإسلامي	مصرف البلاد	مصرف الإمارات الإسلامي	النسبة	
											الرتبة	النسبة الأولى
نسب كفاية حقوق الملكية	الرتبة	10	8	7	3	1	4	5	2	6	9	نسب كفاية حقوق الملكية
	الدرجة	1	3	4	8	10	7	6	9	5	2	
	الرتبة	10	2	7	6	1	8	3	4	5	9	
	الدرجة	1	9	4	5	10	3	8	7	6	2	
نسب السيولة	مجموع الدرجات	2	12	8	13	20	10	14	16	11	4	مجموع الدرجات
	الرتبة	1	5	6	9	2	7	10	8	3	4	نسب السيولة
	الدرجة	10	6	5	2	9	4	1	3	8	7	
	الرتبة	4	8	7	9	10	6	5	1	3	2	
نسب النشاط	مجموع الدرجات	17	9	9	4	19	9	2	9	16	16	مجموع الدرجات
	الرتبة	8	10	6	4	3	2	9	1	7	5	نسب النشاط
	الدرجة	3	1	5	7	8	9	2	10	4	6	
	الرتبة	4	10	8	3	5	6	7	2	9	1	
نسب الربحية	الرتبة	4	7	8	3	5	6	4	2	9	10	نسب الربحية
	الدرجة	8	2	10	9	6	7	10	1	3	4	
	الرتبة	2	8	3	7	4	5	1	9	6	3	
	الدرجة	9	3	4	6	10	8	2	5	7	1	
مجموع الدرجات	الرتبة	21	11	16	28	22	22	17	34	17	32	مجموع الدرجات
	الدرجة	3	9	7	1	4	10	6	2	5	8	
	الرتبة	8	2	9	4	7	10	5	3	4	8	
	الدرجة	2	9	6	5	10	1	3	8	4	3	
مجموع الدرجات	الرتبة	17	4	9	20	11	2	11	17	13	6	مجموع الدرجات
	الدرجة	9	4	2	9	10	1	6	3	7	3	
	الرتبة	2	9	6	10	7	1	5	3	4	8	
	الدرجة	9	2	5	10	7	1	6	3	4	8	

تنمية الريف كمدخل لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة

د/ نورين بومدين*

مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف - الجزائر

Abstract

The achievement of a comprehensive and sustainable economic development is one of the most important issues. Where economic development is not considered as increasing economic growth in the form of an increase in national income only. But that development must include all aspects, whether economic, social, political and cultural.

Why there are several development programs could be adopted by countries to achieve a comprehensive and sustainable economic development. Such as the use of rural development as an input to the sustainability of development, Due to several reasons, the most important of the great disparity in per capita public services and living environment between rural and urban populations.

This would weaken the development programs in many third world countries to confront the requirements of the Food and capital formation.

مقدمة:

إن السعي لتحقيق تنمية اقتصادية شاملة ومستدامة يعد من أهم القضايا التي تشغل بال علماء الاجتماع والاقتصاد والسياسة، فقد فرضت نفسها على رجال الحكم وصناع القرار. حيث لم يعد يُنظر إلى التنمية الاقتصادية فقط إلى زيادة النمو الاقتصادي في شكل زيادة في الدخل القومي وكفى، بل تعداه إلى ضرورة أن تشمل هذه التنمية مختلف جوانب

* أستاذ محاضر قسم ب، عضو مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف. مايل: nboumeddiene@yahoo.fr

الحياة سواء كانت اقتصادية، اجتماعية، سياسية وثقافية. لذا فقد تعددت البرامج والمخططات التنموية التي يمكن أن تتبعها الدول بما يحقق لها تنمية إقتصادية شاملة ومستدامة . و من أبرز ما يمكن التركيز عليه لتحقيق هذه الغاية هو ضرورة الإعتماد على التنمية الريفية كمدخل لاستدامة التنمية وهذا لعدة أسباب لعل من أهمها التفاوت الكبير في مستوى نصيب الفرد من الخدمات العامة وفي البيئة المعيشية بين سكان الريف وسكان الحضر وهذا من شأنه أن يؤدي إلى قصور أنماط التنمية المتبعة في كثير من دول العالم الثالث عن مواجهة متطلباتها من الأغذية وتكوين رؤوس الأموال. ومن هنا يمكن صياغة التساؤل التالي:

ما هي المتطلبات الأساسية لتفعيل دور التنمية الريفية في تحقيق تنمية اقتصادية مستدامة

أهمية الدراسة :

من خلال العرض السابق نجد أن هناك عدة مبررات للاهتمام بضرورة التنمية الريفية لعل من أهمها :

- قصور أنماط التنمية المتبعة في كثير من دول العالم الثالث عن مواجهة متطلباتها من الأغذية وتكوين رؤوس الأموال، كما يرجع إلى قصور الاستثمار في الموارد البشرية في الريف .
- أن هناك تفاوتاً كبيراً في مستوى نصيب الفرد من الخدمات العامة وفي البيئة المعيشية بين سكان الريف وسكان الحضر.
- ارتفاع نسبة الأمية بين الريفيين إذ تبلغ نسبة الأمية في الدول العربية نحو 72.6% من جملة عدد السكان، إلا أننا نجد أن معظم هؤلاء الأميين من أبناء الريف .
- ارتفاع معدل الهجرة من الريف إلى الحضر خاصة الفئات ذات القدرة المهنية من الشباب أدت إلى حرمان الريف من الاستفادة من قدرات هؤلاء الشباب الذين يمكن أن يساعدوا في عمليات تطوير الريف .
- تعد المنظمات الريفية من الركائز الأساسية في إطار منظومة التنمية الشاملة والمستدامة التي تعمل على الارتقاء بأبناء المجتمع الريفي اجتماعيا واقتصاديا وصحيا وثقافيا وحضاريا وذلك من خلال استثمار إمكانياتهم المحلية وطاقاتهم البشرية في تحقيق ذلك الهدف العام .

المحور الأول : التنمية المستدامة مفهومها وأبعادها.

1- مفهوم التنمية المستدامة :

يعد مفهوم التنمية المستدامة مفهومها نسبياً إذ أن أول من أشار إليه هي اللجنة الدولية للبيئة والتنمية (لجنة برنتلاند Brundtland) وقمة الأرض بريو دي جانيرو سنة 1992. فالتعريف الأكثر انتشاراً والمستخلص من تقرير لجنة Brundtland التي تعرف التنمية المستدامة بأنها: تنمية تستجيب لحاجيات الحاضر دون تعريض إمكانية الأجيال القادمة لتلبية حاجياتهم للخطر.¹

لقد ركز هذا التعريف على البعد البيئي وهذا من شأنه تجاهل كل من البعد الاقتصادي والاجتماعي للتنمية المستدامة.

لذا يعرفها Edwerd barbier: بأنها ذلك النشاط الذي يؤدي إلى الارتقاء بالرفاهية الاجتماعية أكبر قدر ممكن، مع الحرص على الموارد الطبيعية المتاحة وبأقل قدر ممكن من الأضرار والإساءة إلى البيئة ، ويوضح ذلك بان التنمية المستدامة تختلف عن التنمية في كونها أكثر تعقيداً وتداخلاً فيما هو اقتصادي واجتماعي وبيئي.¹

2- بداية الاهتمام الدولي بالتنمية المستدامة :

من أجل تجاوز المشكلات الإنمائية والبيئية على الإقليمي والدولي انعقد أول مؤتمر ستوكهولم 1972 بشأن التنمية البشرية إن أهم ما ميز مؤتمر ستوكهولم هو الإعلان عن الحكامة البيئية الشاملة، كما تضمن ذلك إحداث برنامج الأمم المتحدة للبيئة. فأنشاء مؤتمر ستوكهولم تم الربط بين البيئة والتنمية ومدى استفادة الدول السائرة طريق النمو من مزايا خاصة علما بأن المؤتمر أكد المسؤولية غير المباشرة للدول المتقدمة. عموماً، تحولت الثنائية: (البيئة، التنمية) إلى رهان حقيقي، حيث يبقى التقدم مشروطاً بصيانة البيئة العالمية.²

3- أبعاد التنمية المستدامة

ينطوي مفهوم التنمية المستدامة على مجموعة من الأبعاد أهمها:

أ- البعد البيئي:

تطرح التنمية المستدامة بتأكيداتها على مبدأ الحاجات البشرية، مسألة السلم الصناعي، أي الحاجات التي يتكفل النظام الاقتصادي بتلبيتها. لكن الطبيعة تضع حدوداً يجب تحديدها واحترامها في مجال التصنيع و الهدف من وراء كل ذلك هو التسيير و التوظيف الأحسن للرأسمال الطبيعي بدلا من تبذيره.

بعبارة أخرى يتمثل البعد البيئي للتنمية المستدامة في الحفاظ على الموارد الطبيعية والاستخدام الأمثل لها على أساس مستديم والتنبؤ لما قد يحدث للنظم الايكولوجية من جراء

التنمية للاحتياط والوقاية، لكن تجدر الإشارة إلى أن الاهتمامات البيئية تختلف بين دول الشمال ودول الجنوب، فالدول المتقدمة مهتمة أكثر بتدهور نوعية الحياة على المدى الطويل، وعلى سبيل المثال: تعطي عناية خاصة لظاهرة ارتفاع درجة حرارة المناخ، واختلال طبقة الأوزون، والعديد من المشاكل المتعلقة بتلوث الهواء ولاستغلال المفرط للموارد الطبيعية، بعكس الانشغالات الآتية للدول النامية، التي تتعلق بالحياة ذاتها وليس بنوعيتها كمشكل تلوث المياه، انجراف الأراضي... الخ.

ب- البعد الاقتصادي:

يعين البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة الانعكاسات الراهنة و المقبلة للاقتصاد على البيئة. حيث يطرح مسألة اختيار و تمويل و تحسين التقنيات الصناعية في مجال توظيف الموارد الطبيعية. فالتنمية المستدامة توفق بين هذين البعدين، ليس في أخذها بعين الاعتبار المحافظة على الطبيعة فحسب، بل بتقديرها لمجموع العلاقات المقامة بين الطبيعة و بين الأفعال البشرية كذلك. فهي تدافع عن عملية تطوير التنمية الاقتصادية التي تأخذ في حسابها على المدى البعيد التوازنات البيئية الأساسية باعتبارها قواعد للحياة البشرية، الطبيعية والنباتية.

ج- البعد الاجتماعي :

يهتم هذا البعد بتحسين الأحوال الاجتماعية وتنمية القدرات البشرية، وهو في ذلك يؤمن بأن تحسين المستوى الاجتماعي من النواحي الصحية والتعليمية والسياسية سوف يرفع بالتالي من وعي الجماهير إلى المستوى الذي يجعلهم قادرين على المساهمة في عملية تنمية المجتمع الشاملة.

فالتنمية الاجتماعية تشمل على التنمية الثقافية والتنمية السياسية ونواحي الرعاية الاجتماعية المختلفة وهذا يعني ترابط مختلف القطاعات مع بعضها البعض، فلا نستطيع أن نحدث تنمية صحية أو تعليمية دون معالجة مشكلة الفقر.³ إن العدالة الاجتماعية أساس الاستدامة ، يقتضي هذا البعد عدة أمور ينبغي أن يجد المجتمع سبله إليها من أهمها :

- العدالة بين الناس و الأخذ بيد الفئات المستضعفة ، و العدالة بين الأجيال حتى يقال أن ما بين أيدينا من ثروات طبيعية هو ملك الأبناء و الأحفاد و ينبغي أن نصونه ليرثوه سليما خصب العطاء .

- من الركائز الجوهرية لنجاح التنمية المتواصلة مشاركة الناس ، المشاركة الفاعلة في مراحل التخطيط و التنفيذ للتنمية الوطنية ، و تعتمد هذه المشاركة على القبول الاجتماعي

- ضبط السلوك الاستهلاكي للناس ، و قبول حدود رشيدة تبتعد عن حد الإسراف و لا تحرم من الغذاء الراشد.
- تحسين المستوى الصحي والتعليمي لدى فئات المجتمع. فالتنمية المستدامة تطلب منا أن نعيد النظر في نهج التعليم و أساليبه و مؤسساته.

د- البعد السياسي :

للتنمية المستدامة بعد سياسي هام قائم على دعائم الحكم الراشد الذي عرفه برنامج الأمم المتحدة الإنمائي على أنه ممارسة السلطة الاقتصادية و السياسة والإدارية لإدارة شؤون الدولة على كافة المستويات، ويشمل الآليات والعمليات والمؤسسات التي من خلالها يعبر المواطنون والمجموعات عن مصالحهم ويمارسون حقوقهم القانونية ويوفون بالتزاماتهم ويقبلون الوساطة لحل اختلافاتهم. لا شك أن تحقيق الحكم الراشد سيسهم في تحقيق المزايا التالية:⁴

§ الاستجابة لمطالب الشعب وإتاحة الفرص المتساوية:

لأنه في ظل غياب الحكم الراشد تكون مشاركة المواطنين محدودة في مجال وضع القوانين والسياسات واللوائح، وبالتالي تكون النتائج التي يتم التوصل إليها غير معبرة عن احتياجاتهم، وهذا ما يجعل من الصعب الوصول إلى قرارات تخدم مصالح جميع الفئات وتعطي القابلية للمساءلة.

ومن أمثلة اللوائح التي لا تستجيب لمطالب الشعب تلك التي تقصر المنافسة على قطاعات معينة أو تتطلب كميات كبيرة من الموارد لإنشاء الشركات وتشغيلها، والتي من شأنها أن تخلق حواجز تعوق دخول الأسواق وتحول دون المنافسة والنمو، الأمر الذي يجبر أصحاب المبادرات على اللجوء إلى القطاع غير المنظم.⁵

§ المحافظة على المواد المحلية والأجنبية

إذ أن تجاهل الحكم الراشد يجعل الموارد المحلية والأجنبية عرضة للضياع وسوء التخصيص، حيث يتم استغلال الموارد في الغالب في مشاريع تحقق مصالح فئة قليلة من المواطنين أو عدد من المجموعات على حساب غالبية الشعب.

§ الحد من الأزمات الاقتصادية والسياسة

إن الأزمات المالية التي شهدتها آسيا وروسيا وأمريكا اللاتينية كانت نتيجة لغياب الحكم الراشد، كون أن القطاع المالي فيها كان غير خاضع للمساءلة مما ساعد على منح القروض لأصحاب النفوذ، وهي من الممارسات التي من شأنها أن تدمر الاقتصاد. علاوة على ذلك فإن الأزمات المالية والاقتصادية تؤدي إلى زعزعة الاستقرار السياسي.

§ مشروع سلمي :

تمثل التنمية المستدامة مشروعاً للسلام، باعتبارها قاعدة للحوار بين الشمال والجنوب، ومصالحة بين نماذج التنمية المختلفة. تنقل المبادئ المؤسسة للتنمية المستدامة بطبيعة الحال، مبادئ الشورى بشكل واسع، والتي تدعو إلى مشاركة السكان في مختلف مراحل الاختيارات السياسية وعلى جميع المستويات الإقليمية. وفي هذا الصدد لا بد أن تجري عمليات التحكيم بمقدار ممكن على مستوى الإقليم الأكثر صغراً وغيره. ونظراً لطرح التنمية المستدامة بمفاهيم مختلفة ومتكاملة، فإن على هذا النموذج للحكامة الرشيدة أن يسمح بترقية الديمومة الاجتماعية للمشاريع. ويتعلق الأمر من جهة بالحفاظ على القيم الاجتماعية والتقاليد والمؤسسات والثقافات وكل ميزة اجتماعية، ومن جهة أخرى بإدماج المجموعات المهمشة في الفضاء السياسي. واحترام حقوق الإنسان كما هو منصوص عليه في التصريح الدولي لمنظمة الأمم المتحدة لسنة 1948 : الحق في بيئة سليمة، الحق في تغذية سليمة وكافية، الحق في التربية، احترام الثقافات المحلية، الخ. وتجد كل هذه العناصر وغيرها مكانتها في بؤرة التنمية المستدامة.

المحور الثاني : التنمية الريفية ودورها في إستدامة التنمية الاقتصادية.**1- مفهوم التنمية الريفية**

هناك عدة تعاريف للتنمية الريفية لعل أبرزها :

- **تعريف البنك الدولي:** إذ عرفها بأنها إستراتيجية مصممة بهدف تطوير الحياة الاجتماعية والاقتصادية لمجموعة من الناس هم فقراء الريف والتي تتمثل في توسيع منافع التنمية حتى تشمل من هم أكثر فقراً بين الساعين لرزقهم في المناطق الريفية، وهذه المجموعة تشمل الزراع الذين يزرعون على نطاق ضيق، والمستأجرين، والمعدمين.⁴
 - **تعريف منظمة الاسكوا:** التنمية الريفية المستدامة بأنها مفهوم يستهدف توفير سبل المعيشة المستدامة في مختلف الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والايكولوجية الزراعية في المناطق الريفية من أجل القضاء على الفقر وزيادة تمكين الأشخاص الذين يعانون الفقر ومنظماهم من وصولهم إلى الموارد الإنتاجية والخدمات والمؤسسات العامة وخاصة الأرض وفرص العمل والإئتمان والتعليم والصحة.⁵
- من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن التنمية الريفية عملية تستهدف تحقيق الرخاء الاقتصادي والرفاهية الاجتماعية والرضا النفسي لدى الريفيين.

2- الارتباط الوثيق بين التنمية الريفية و التنمية الزراعية⁶:

تقدم الزراعة والتنمية الريفية المستدامتان إطاراً يشمل مبادئ التنمية المستدامة وتتضمن النجاح الاقتصادي والملائمة الثقافية والعدالة الاجتماعية والسلامة البيئية والإنتاجية طويلة المدى. إن وسائل تحقيق الزراعة والتنمية الريفية المستدامتين عديدة ومرتبطة بالممارسات الجيدة المتعلقة بالتنمية التي تركز على السكان وسبل المعيشة المستدامة والممارسات الزراعية البيئية السليمة ونظم الغابات المستدامة وإدارة الموارد الطبيعية التي تعتمد على المجتمع وتنمية السياسات التشاركية ونظم الزراعة الأصلية وشروط العمل العادلة والممارسة الزراعية الجيدة والإمكانية المتساوية للحصول على المياه...ضمن آخرين.

تعتبر الزراعة والتنمية الريفية مستدامتين عندما تكون ممارساتهما سليمة بيئياً وناجحة اقتصادياً وعادلة اجتماعياً وملائمة ثقافياً وإنسانية وتعتمد على منهج علمي شامل.

3- الأسس التي تقوم عليها التنمية الريفية

تعد أسس التنمية الريفية حجر الزاوية لتحقيق أهدافها في النهوض بالمجتمع وفيما يلي عرض لأهم هذه الأسس :

- تلبية حاجات و رغبات الريفيين .
- مشاركة أفراد المجتمع في تخطيط و تنفيذ مشروعات التنمية الريفية .
- ضرورة أن تشمل برامج التنمية كل احتياجات فئات المجتمع الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية والتعليمية والصحية والأسرية و العمرانية و الترويحية و غيرها .
- التكامل والتنسيق بين مشروعات التنمية الريفية ومن أشكال ذلك التكامل :
- التكامل بين الجوانب المادية و البشرية ، بمعنى أن التنمية لا بد أن تحقق تكاملاً بين الهدف الاقتصادي والهدف الاجتماعي و هو الارتقاء بمستوي معيشة الأفراد وإحداث تغير اجتماعي في حياة المجتمع ومؤسساته لتقليل الفقر وتحسين نوعية الحياة .
- التكامل بين الخدمات المختلفة، بما يقلل الفاقد ويحقق التراكم في حصيله كل منها مما يزيد من عائدها لصالح المجتمع .

4- أهمية التنمية الريفية في استدامة التنمية الاقتصادية :

إن العمل على تحقيق التنمية الريفية سيكون له الأثر الإيجابي على التنمية الاقتصادية المستدامة ولعل من أبرز تلك الآثار الإيجابية نجد :

- المساهمة في تحقيق الأمن الغذائي :

تعرف منظمة الأغذية والزراعة التابعة للأمم المتحدة FAO الأمن الغذائي على أنه توفر الإمكانية الفيزيائية والاقتصادية والاجتماعية لكافة البشر للحصول على الغذاء الكافي والصحي الذي يؤمن العناصر الغذائية الضرورية للقيام بفعاليات الحياة الصحية. ومن هنا فإن الأمن الغذائي يقتضي توفر الجوانب التالية:⁷

- توفر كميات كافية من الغذاء بتوعية جيدة.
 - توفر إمكانية الحصول على الغذاء الكافي للأفراد والأسر.
 - توفر شروط التغذية الجيدة بما فيها الوجبات الصحية المنتظمة.
- لذا فإن التنمية الريفية تعمل على تطوير القطاع الزراعي نظرا لأهميته القصوى كأحد القطاعات الرئيسية في البنيان الاقتصادي لمعظم الدول، و مازال مؤهلا لأداء دوره كقطاع رائد للتنمية الاقتصادية، إذ تعد الزراعة مصدر لرزق الغالبية العظمى من السكان، هذا فضلا عما يساهم به القطاع الزراعي في دعم الدخل القومي و الصادرات، و ما ينتجه من غذاء و مواد خام، و ما يوفره من فوائد لازمة لنمو و ازدهار القطاعات الاقتصادية الأخرى.
- و قد كان للتطورات الاقتصادية و السياسية التي شهدتها الدول النامية، و ما صاحبها من قصور في بعض السياسات الزراعية و الاقتصادية القطرية، و انحسار الموارد المالية و انكماش الجهود في مجال تطوير إنتاج الغذاء أثر كبير في انخفاض معدلات الأداء بالقطاع الزراعي و زيادة الفجوة الغذائية للعديد من السلع الزراعية مما انعكس على زيادة اعتماد هذه الدول على الأسواق العالمية في تلبية احتياجاتها الغذائية الأساسية، و الذي أدى إلى تدهور أوضاع الأمن الغذائي لهذه الدول.

- المساهمة في تكوين الطاقة الحيوية :

تعد الطاقة بمثابة محرك للتنمية البشرية. وتعتبر خدمات ومصادر الطاقة هامة من أجل تشغيل القطاعات الاقتصادية والأنشطة السكانية. ومع ذلك، غالبا ما تكون أنظمة الطاقة القائمة مصدرا للمشكلات البيئية. ويعد حصول الفئات الأقل تطورا من المجتمع على الطاقة النظيفة التي يمكن شراؤها بمثابة أحد العناصر الهامة من أجل التخفيف من حدة الفقر عن طريق توفير الحرارة والإضاءة والطاقة بالإضافة إلى مجموعة من المزايا الأخرى مثل تحقيق الدخل وتطوير البنية الأساسية الريفية وتحسين الصحة في المدن والريف.

وتعد الطاقة الحيوية بصفة عامة وطاقة الأخشاب بصفة خاصة من المصادر الرئيسية للطاقة لنحو نصف سكان العالم الأكثر فقرا والذين يستخدمون هذه الطاقة بصفة رئيسية في الطهي .

وتكون إمكانية حصولهم على أنماط الطاقة الأخرى مثل الكهرباء أو الوقود السائل محدودة للغاية.

وتنشأ الكثير من مصادر الطاقة الحيوية المستخدمة حالياً من خلال أنماط متعددة من المخلفات الزراعية ومخلفات الغابات، ومع ذلك، فمن المتوقع أن توفر أنماط محاصيل ونباتات الطاقة المختلفة الجزء الأكبر من الكتلة الحيوية لإنتاج الطاقة. وقد تم تناول الدور المحتمل للطاقة الحيوية بصورة أكثر جدية خلال العقد الأخير حينما بدأت الاهتمامات الدولية المتعلقة بأسعار الطاقة والتدهور البيئي وخصخصة قطاع الطاقة واستدامة أنظمة الطاقة الحالية في الظهور. وقد أدى الوعي بالحاجة إلى الحد من التغيرات المناخية في الآونة الأخيرة إلى تجديد الاهتمام بالطاقة الحيوية في كل من الدول النامية والصناعية باعتبارها مصدر للطاقة صديق للبيئة ومجدي من حيث التكلفة ومتوفر محلياً. ومن ثم، ظهرت الطاقة الحيوية كعامل أساسي من الناحية التنموية والبيئية.

- المساهمة في إحداث التوازن الجهوي بين الريف والمدينة

اهتم علماء الاجتماع بالفروق الملحوظة والقائمة بين المدينة والريف كما بذلوا جهوداً علمية متباينة لوضع نظريات حول هذه الفروق وأدرك الفلاسفة في العصور القديمة أيضاً إن المدينة تختلف اختلافاً كبيراً في أوجه النشاط الاقتصادي عن الريف المحيط بها ولكن الجهود الحقيقية والمنظمة التي بذلت لوصف وتفسير هذه الاختلافات جاءت متأخرة حيث لا نستطيع أن نعين بداية حقيقية لها إلا في عصر المفكر العربي ابن خلدون في القرن الرابع عشر فقد كتب فصلاً منظماً في التمييز بين البدو والحضر ولقد أرجع ابن خلدون الفروق في مصادر الإنتاج والمهنة، فكتب في الفصول الأولى من الباب الثاني (اعلم إن اختلاف الأجيال في أحوالهم إنما هو باختلاف نحلتهن من المعاش، فإن اجتماعهم إنما هو للتعاون على تحصيله والابتداء بما هو ضروري منه، فمنهم من يستعمل الفلح من الغراسة والزراعة ومنهم من ينتحل القيام على الحيوان، فكان اختصاص هؤلاء بالبدو أمراً ضرورياً لهم وكان حينئذ اجتماعهم وتعاونهم في حاجتهم ومعاشهم وعمرانهم من القوت والدفء إنما هو بالمقدار الذي يحفظ الحياة،⁸ ثم اتسعت أحوال هؤلاء المنتحلين للمعاش وحصل لهم ما فوق الحاجة من الغنى والرفاهية دعاهم ذلك إلى السكن، وتعاونوا في الزائد عن الضرورة واستكثروا من الأقوات والملابس والتأنق فيها، وتوسعت البيوت واحتطاط المدن للتحضر. ويتضح من ذلك أن ابن خلدون يصنف أشكال الاستيطان البشري إلى نموذجين وجوه المعاش والكسب.⁹

لقد كانت لهذه الفروقات بين الريف و الحضر الأثر الكبير في هجرة العديد من السكان من المناطق الريفية إلى المناطق الحضرية مما أحدث خلل في التوازن الجهوي لبرامج التنمية الاقتصادية ومن هنا ظهرت عدة إستراتيجيات للتنمية بهدف تحقيق أبعاد التنمية المستدامة كان من أبرزها بروز مفهوم التنمية الحضرية. التي عرفت على أنها مجموعة من العمليات التي تعلم الاعتماد على النفس وتعبئة كافة الإمكانيات والطاقات والقوى وتحديد لأوجه التقدم استراتيجيا وتكنولوجيا على ضوء التفاعل بين الطاقة الوظيفية منظور إليها في تطويرها من ناحية و بين القوى المعاصرة والضاغطة وكذا الواقعة لنا في عالم متغير من ناحية أخرى¹⁰.

وترى منال طلعة محمود إن التنمية الحضرية تمثل عملا جماعيا تعاونيا ديمقراطيا يشجع مشاركة المواطنين وتشير هذه المشاركة وتنظيمها وتوجيهها نحو تحقيق وأحداث التغيير الاجتماعي المطلوب بقصد نقل المجتمع الحضري من وضع اجتماعي معين إلى وضع أفضل منه ورفع وتنسيق مستوى معيشة الناس اقتصاديا واجتماعيا¹¹.

ويعرف " حسين عبد الحميد رشوان" التنمية الحضرية "أنها عملية نشاء المجتمعات الحضرية ونموها، وتطوير المجتمعات الريفية إلى حضرية، والتغير الموجه الذي يعترى المدينة، من حيث ازدياد الكثافة السكانية، والاشتغال بإعمال غير زراعية وبدرجة عالية من التقسيم العمل والتعقيد الاجتماعي، وفي ضوء الضبط الذي لا يستند على أسس قرابية، وكذلك تجديد وإقامة المباني، والتغير الجوهرية في استخدام الأرض¹².

لذا فإن تنمية وتوزيع السكان أصبح مطلباً استراتيجياً في الوقت الحاضر خصوصاً في ضبط تمركز السكان في مناطق محدودة مع وجود مناطق أخرى شبه خالية مع أهميتها الإستراتيجية. لذلك فإن التنمية الريفية تأتي في مقدمة الأولويات التي يجب الانتباه لها والاتجاه إليها وذلك للحد من الهجرة من الريف إلى المدن الكبيرة، وتوزيع السكان على أكبر مساحة ممكنة، وخلق فرص عمل تتناسب مع ظروف كل منطقة ومعطياتها. ومن هنا فإن تطوير الريف وإنشاء أرياف جديدة فيه حد من الهجرة إلى المدن الكبيرة وتخفيف للضغط التي تواجهها تلك المدن على خدماتها وطرقها وما ينعكس على ذلك من جهود تنظيمية وخدمية وأمنية واقتصادية. كما من شأنه إيجاد فرص عمل جديدة سواء كان ذلك في القطاع العام أو القطاع الخاص أو من خلال تطوير وتشجيع المهن والأعمال الفردية أو إعادة إحياء الحرف التقليدية اليدوية التي اندثرت أو تكاد تندثر.¹³

5- متطلبات التنمية الريفية :

ترى منظمة الأغذية والزراعة F A O أن التقدم في مجال التنمية الزراعية والريفية المستدامة يتطلب العمل في ثلاثة مجالات رئيسية:¹⁴

- بناء القدرات وتعزيز المؤسسات :

فالعماد الرئيسي للتنمية الزراعية والريفية المستدامة هو بناء قدرات الناس لتمكينهم من المشاركة بصورة كاملة في أعمال تنميتهم. ويعني ذلك الحصول على التعليم الأساسي، والمعارف الفنية والبيئية والاقتصادية، وتبادل المعلومات والخبرات. غير أن الكثير من المعلومات غير متاح أو لا يمكن الحصول عليه وخاصة بالنسبة للمزارعين الفقراء. والأدهى من ذلك، أن الفرص ضئيلة أمام الحوار بشأن المسائل موضع اهتمامهم. وتقول منظمة الأغذية والزراعة إن بناء القدرات قد تكون له فائدة كبيرة ما لم تتوفر المؤسسات الفعالة التي تتيح استخدام هذه القدرات. " ففي الوقت الذي دخلت فيه الحكومات والوكالات العامة في شراكات جديدة مع المجتمع المدني والقطاع الخاص، مازالت الأبعاد المؤسسية والإدارية والتشريعية لهذه الشراكات الجديدة في حاجة إلى تعزيز .

وتحتاج المنظمات غير الحكومية وجماعات المزارعين إلى صكوك قانونية وأدوات إدارة للعمل بصورة مستقلة". ففي داخل الحكومات ذاتها، تحتاج الوزارات والأجهزة التي تتعامل مع الزراعة والبيئة والتعليم والصحة والنقل والتجارة إلى الدخول في اتفاقيات تعاونية جديدة لتعزيز التنمية الريفية .

- تعبئة الاستثمارات :

لقد واکب انخفاض الاستثمارات من القطاع العام في الزراعة اقتطاعات مثيرة للقلق في تدفق المساعدات الإنمائية على القطاع من الجهات المتبرعة الثنائية ومتعددة الأطراف. ويقول التقرير إن المطلوب هو إستراتيجية للاستثمار تحقق أقصى قدر من المنافع من خلال توجيه الموارد الحكومية المحدودة إلى المنافع العامة مثل البيئة الأساسية للنقل التي يمكن أن تطلق، بدورها، التدفقات الاستثمارية من القطاع الخاص. ويمكن أن تساعد التحالفات والشراكات الجديدة بين الحكومات والأعمال التجارية والمجتمع المدني، التي تيسرها زيادة التكامل العالمي، في إعادة تحديد الأدوار التقليدية للمساعدات المالية والفنية الخارجية. وقد تظهر أيضا فرص وآليات جديدة مثل صندوق البيئة العالمي والتجارة بالكربون لتوفير الأموال اللازمة لاستثمارات القطاع العام في النشاطات ذات الصلة بالتنمية الزراعية والريفية المستدامة .

- استحداث التكنولوجيات التي تزيد الإنتاجية وتحافظ على الموارد الطبيعية:

فاحتياجات المزارعين الفقراء من التكنولوجيا، وجهود البحث اللازمة لتدعيمها، هائلة إلا أن الطلب الفعال عليها منخفض للغاية. فالفقراء أنفسهم لا يستطيعون تحمل تكاليفها أو ما يتصل بها من مستلزمات مثل الماء والأسمدة وقوى العمل الإضافية. والمطلوب هو زيادة تمويل القطاع العام للبحوث والإرشاد في المجال الزراعي وقد يكون ذلك في شراكة وثيقة مع القطاع الخاص. وتشمل خطة البحوث المحتملة وضع ونشر نظم الإنتاج التي تحد من استنزاف الأراضي والمياه والموارد البيولوجية الناجم عن التكتيف الزراعي، والتكنولوجيات الصديقة للبيئة التي تشمل نظم الإدارة المتكاملة مثل الزراعة العضوية⁹ والإدارة المتكاملة للآفات والزراعة المختلطة بالغابات والتكنولوجيات التي تضمن سلامة الأغذية. ولا ينبغي تجاهل المنافع المحتملة التي قد تقدمها تكنولوجيا التحوير الوراثي في المستقبل.

النتائج والتوصيات

إن للريف أهمية كبيرة في تنمية الاقتصاد الوطني باعتباره مكان إقامة و تشغيل لنسبة كبيرة من السكان، و مصدرا مهما من مصادر القوى البشرية العاملة، بالإضافة إلى موارده الاقتصادية من أراض زراعية، و ثروات منجمية كبيرة، و مصادر مائية. ومن هنا تعتبر التنمية الريفية من أبرز الإستراتيجيات التي من شأنها أن تسهم في استدامة التنمية وتعظيم الاستفادة من موارده البشرية و الطبيعية التي تعتبر ضرورة وطنية و اقتصادية ذات أولوية مرتفعة على الأجندة الوطنية، و ذلك لتحسين الدخل الريفية، و تقليل معدلات الفقر، و تحسين المستوى المعيشي لشريحة واسعة من السكان. وفي هذا الصدد فإن من أهم التوصيات التي يمكن أن تسهم في تعزيز دور التنمية الريفية نذكر:

- ترشيد سياسات وقرارات إدارة التنمية.
- وضع سياسة سكانية متكاملة ومعالجة اختلال التوازن السكاني بين الريف والمدن.
- تشجيع الاستثمار و استقطاب رؤوس الأموال إلى المنطقة العربية مع الأخذ بعين الاعتبار الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والبيئية في الخطط والسياسات والبرامج القطاعية ودعم الفرص الجديدة لتحقيق التنمية المستدامة والحد من الآثار السلبية على الصحة والبيئة
- ما دامت التنمية الريفية تنطوي على النشاط المتعدد للمزارعين وأعضاء أسرهم ينبغي تشجيع إنشاء الوظائف غير الزراعية والعمل المستقل والمنشآت الصغيرة في الأرياف.
- تكملة الموارد المالية والبشرية اللازمة لتنفيذ خطة التنمية الريفية عن طريق العون الذاتي.

- تسهيل الحصول على الطاقة لسكان الأرياف وتشجيع استعمالات الطاقات المتجددة والنظيفة صديقة البيئة وتوظيف التقنيات الحديثة لرفع كفاءة استخدام الوقود والتقليل من الإنبعثات.
- تحديد أهداف وجداول زمنية لتطبيق الإصلاح الزراعي
- تبادل المعلومات بشأن تجارب التنمية الإقليمية بالمشاركة والتفاوض، و تقديم المساعدة التقنية للبلدان الراغبة في اتخاذ هذا المنحى.
- تعزيز دور السياحة الزراعية في تنمية المناطق الريفية:
- ألا وهي السياحة الزراعية في المناطق الريفية، التي تعتمد على عوامل جذب تفاعلية بين السائح والبيئة الريفية بما تملك من مقومات طبيعية وثقافية مميزة. وفي هذا الإطار فإن هذه النوعية من السياحة في المناطق الريفية يمكن أن تقدم عدد من الفوائد، أهمها:
- المساهمة في توفير فرص مشاركة القطاعين الحكومي والقطاع الأهلي في هذه الصناعة وتفاعله معها، فهي تمنح الخاص والمجتمعات المحلية فرصا استثمارية كما توفر فرصا وظيفية دائمة أو مؤقتة لأبناء المجتمع.

الهوامش

¹ Bertrand Roger, "Innovation et développement durable, l'économie de demain", Québec : Conseil de la science et de la technologie, 2001, P3.

¹ عمار عماري، إشكالية التنمية المستدامة وأبعادها، ورقة بحث مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الدولي حول التنمية المستدامة والكفاءة الإستخدامية للموارد المتاحة، 07-08 أبريل 2008، جامعة سطيف، ص 4.

² شكراني الحسين، من مؤتمر استوكهولم 1972: إلى ريو +20 لعام 2012 مدخل إلى تقييم السياسات البيئية العالمية، بحوث اقتصادية عربية، العددان 63-64 صيف - خريف 2013، ص 148.

³ منال محمد نمر قشوع، استراتيجيات التنمية الريفية المتكاملة في الأراضي الفلسطينية- حالة دراسية منطقة الشعراوية محافظة طولكرم، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، فلسطين 2009، ص 18.

⁴ جون د. سوليفان، الحكم الديمقراطي الصالح المكون الرئيسي للإصلاح السياسي والاقتصادي، مركز المشروعات الدولية الخاصة، القاهرة، ص 36.

⁵ جون د. سوليفان مرجع سبق ذكره، ص 15- 17.

- ⁴ هاشمي الطيب، التوجه الجديد لسياسة التنمية الريفية في الجزائر، أطروحة مقدمة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص: اقتصاد التنمية جامعة تلمسان 2014، ص 20.
- ⁵ المنظمة العربية للتنمية الزراعية، التنمية الريفية في المنطقة العربية، الخرطوم - سبتمبر 2007، ص 05
- ⁶ <http://www.fao.org/SARD/ar/sard/index.html>
- ⁷ سميرة الزغبى، أوضاع الأمن الغذائي في سورية، المركز الوطني للسياسات الزراعية، سورية آذار 2006.. ص 01.
- ⁸ محمد الجوهري، علم الاجتماع الريفي والحضري، دار المعرفة الجامعية، 1997، ص 181
- ⁹ محمد الجوهري، المرجع السابق، ص 182
- ¹⁰ محمد عبد الفتاح محمد، الاتجاهات التنموية في ممارسة الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 2002، ص 186
- ¹¹ منال طلعت محمود، التنمية والمجتمع، المكتب الجامعي الحديث، ص 71.
- ¹² حسن علي حسن، المجتمع الريفي والحضري، المكتب الجامعي الحديث، 1991، ص 115.
- ¹³ حمد بن عبدالله اللحيدان، أهمية التنمية الريفية على النمو والتوزيع السكاني :
- www.hluhaidan.alriyadh.com
- ¹⁴ http://www.fao.org/index_ar.htm
- ^o الزراعة العضوية هي التي تهدف إلى تطوير نظام زراعي يركز على :
- المحافظة على صحة الإنسان .
 - إنتاج غذائي ذي جودة عالية وبكمية كافية .
 - إيجاد توازن متناسق بين إنتاج المحاصيل وتربية الحيوانات .
 - توفير الظروف المناسبة لجميع المواشي والدواجن كي تمارس نشاطها الطبيعي .
 - التقليل إلى أدنى حد ممكن من أشكال التلوث .
 - الحفاظ على خصوبة التربة وزيادتها على المدى الطويل .
 - تطوير نظام أيكولوجي بيئي مائي مستدام .
 - تشجيع وتعزيز الدورات البيولوجية داخل النظام الزراعي ، ويشمل ذلك كل من الكائنات الحية الدقيقة والحياة النباتية والحيوانية داخل التربة بالإضافة غلى النباتات والحيوانات .
- للمزيد أنظر : إمام حسب النبي ، التنوع البيولوجي والأمن الغذائي بدولة الإمارات العربية المتحدة ، كلية نظم الأغذية جامعة الإمارات العربية المتحدة بالعين 16 أكتوبر 2004 ، ص 08.

التسويق الدولي ودوره في تطوير الاستثمار الأجنبي المباشر دراسة في ضوء نظريات تدويل النشاط التسويقي

د/ سنوسي علي*

جامعة المسيلة - الجزائر

د/ إلياس سالم**

جامعة المسيلة - الجزائر

Résumé :

Cet article est intitulé: le marketing international et son rôle dans le développement étranger direct, a pour but de définir l'importance du marketing international dans la polarisation des investissements étrangers directs, ainsi que la relation entre les deux concepts à travers les théories de l'internationalisation de l'activité marketing.

Mots clés : marketing international, investissement étranger direct, théorie d'internationalisation enjoyed by these countries, due this to the lack of realism in dealing with this sector by the government, and the lack of a clear strategy based on deliberate targets relive the status of the sector and territories domestically and internationally.

مقدمة

يتميز عالم الأعمال المعاصر بالعديد من الخصائص و التي من أبرزها : سرعة التحولات و التغيرات الاقتصادية، السياسية و الثقافية، اشتداد حدة المنافسة الدولية، تعاضم دور المنظمات الاقتصادية الدولية على غرار صندوق الدولي، البنك العالمي، المنظمة العالمية للتجارة...الثورة التكنولوجية الهائلة و ما تبعها من تطور كبير في وسائل الاتصالات

* أستاذ محاضر أ، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير ، رئيس فرقة بمحبر الاستراتيجيات

والسياسات الاقتصادية في الجزائر جامعة المسيلة ،مايل ali.senoussi10@yahoo.fr

** أستاذ محاضر ب، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير ، جامعة المسيلة ،مايل :

salemilyes@yahoo.fr

و المواصلات، تنامي ظاهرة التكامل الاقتصادي فيما بين الدول؛ كل هذه التحولات وغيرها كانت نتيجة لظاهرة العولمة الاقتصادية والتي ساهمت في زوال الحدود التقليدية فيما بين الدول، وكذا تحرير حركة السلع و الخدمات ورؤوس الأموال وعوامل الإنتاج واندماج الأسواق وعولمتها؛ مما أوجد الحاجة إلى ضرورة تدويل النشاط التسويقي لإشباع حاجات ورغبات المستهلك الدولي، وكذا استفادة المؤسسة دولية النشاط من الفرص التسويقية المتاحة في العالم الخارجي.

ولعل لنشاط التسويق الدولي العديد من الأشكال أهمها: التصدير، المشاريع المشتركة، التراخيص، التحالفات الإستراتيجية، الاستثمار الأجنبي المباشر... وغيرها من صور النشاط التسويقي الدولي.

وفي ورقتنا البحثية هذه نريد أن نسلط الضوء على شكل من أشكال ممارسة النشاط التسويقي على مستوى دولي ألا وهو الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث سنحاول التعرف على ماهيته، أشكاله، ومساهمة التسويق الدولي في ترقيته.

أهمية البحث:

تجلى أهمية هذا البحث في أن نشاط التسويق الدولي يساهم في اكتشاف الفرص التسويقية خارج الحدود الجغرافية للدولة الأم، بما يساهم في إيجاد البيئات الملائمة لتوطين الاستثمار الأجنبي المباشر.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

- التعرف على مفهوم التسويق الدولي، دوافعه وسياسات الدخول للأسواق الدولية.
- التعرف على مفهوم الاستثمار الأجنبي وأشكاله.
- التعرف على مساهمة التسويق الدولي في ترقية الاستثمار الأجنبي المباشر.

أ- التسويق الدولي:

1- مفهوم التسويق الدولي:

يعرف STANTON التسويق الدولي بأنه: "نشاط كوني ينطلق من إستراتيجية كونية لمزيج تسويقي عابر للحدود الإقليمية، يتناغم ويتفاعل مع قدرات استهلاكية خارج نطاق وحدود المشروع الوطني، بهدف إشباع الحاجات أو الرغبات، من خلال طرح سلع أو خدمات تتناسب مع هذه الحاجات والرغبات"¹.

أما جمعية التسويق الأمريكية AMA فتعرف التسويق الدولي على أنه: " عملية دولية لتخطيط وتسعير وترويج وتوزيع السلع والخدمات لخلق التبادل الذي يحقق أهداف المؤسسة و الأفراد"².

فيما يرى PHilip Kotler فيرى أن التسويق الدولي: " لا عدو كونه عبارة عن نشاط ديناميكي مبتكر للبحث عن المستهلك القانع في سوق تتميز بالتفاوت والتعقيد والوصول إلى هذا المستهلك وإشباع رغباته"³.

2- دوافع التسويق الدولي:

تتعدد أسباب لجوء المؤسسات الاقتصادية إلى الأسواق الدولية لتصريف منتجاتها وذلك حسب ظروف السوق وأهداف المؤسسة، ومن هذه الدوافع نورد ما يلي:

- تشبع الأسواق المحلية وضيقتها: إن وصول بعض الأسواق إلى مرحلة التشبع من بعض المنتجات يدفعها إلى البحث عن أسواق أجنبية لتصريف منتجاتها، بالإضافة إلى ضيق بعض الأسواق وصغر حجمها يجعلها تعجز عن استيعاب كل ما ينتجه الجهاز الإنتاجي في الاقتصاد الوطني، وقد يكون سبب ذلك في بعض الأحيان معدل نمو السكان اقل من معدل نمو الإنتاج.

- شدة المنافسة في الأسواق المحلية: قد تواجه المؤسسات الاقتصادية في بعض الأحيان منافسة شديدة تدفعها للبحث عن فرص لتصريف منتجاتها خارج حدودها الجغرافية هروبا من المنافسة.

- ظهور أسواق جديدة من خلال تغير النظم الاقتصادية وتحرير الاقتصاد، التوجه نحو الخصوصية، إضافة إلى التسهيلات التي تمنحها التكتلات الاقتصادية مما يدفع المؤسسات إلى مزيد من الحركية والتنقل داخل التكتل محاولة بذلك تحقيق المزيد من المبيعات وتنمية الحصة السوقية.

- الرغبة في إطالة دورة حياة المنتج.
- تحقيق وفورات الحجم وتعزيز القدرة التنافسية.
- انخفاض تكاليف العمالة في بعض البيئات خاصة في الدول النامية .
- تغير التكنولوجيا العالمية والرغبة في تصدير التكنولوجيا المتقدمة.
- المزايا الضريبية التي تمنحها الدول النامية من اجل جلب الاستثمارات.الأجنبية بهدف زيادة فرص العمل لمواطنيها وزيادة مداخيل العملة الصعبة.
- مبدأ المزايا النسبية الذي يتطلب تبادل السلع وتوزيع الفوائض.

3- أشكال الدخول للأسواق الدولية:

تجد المؤسسة دولية النشاط التي ترغب في تدويل نشاطها التسويقي مجموعة من استراتيجيات خدمة هذه الأسواق وهي:

- التصدير.
- الاستثمار الأجنبي المباشر.
- المشاريع المشتركة.
- التراخيص.
- عقود الإدارة.
- التحالفات الإستراتيجية العالمية.
- الامتياز.

II - الاستثمار الأجنبي المباشر

1- مفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر

تضمن الأدب الاقتصادي العديد من التعاريف لمفهوم الاستثمار الأجنبي المباشر، ولعل من أهمها نجد:

تعريف صندوق النقد الدولي ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD و اللذان يعتبران أن " الاستثمار الأجنبي المباشر هو نوع من أنواع الاستثمار الذي يعكس هدف حصول كيان مقيم في اقتصاد ما (المستثمر المباشر) على مصلحة دائمة في مؤسسة مقيمة في اقتصاد آخر (مؤسسة الاستثمار المباشر) وتنطوي هذه المصلحة على وجود علاقة طويلة الأجل بين المستثمر المباشر والمؤسسة بالإضافة إلى تمتع المستثمر المباشر بدرجة كبيرة من النفوذ في إدارة المؤسسة"⁴.

كما يعرف مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (UNCTAD) الاستثمار الأجنبي المباشر على أنه الاستثمار الذي ينطوي على علاقة طويلة المدى، تعكس مصالح دائمة و مقدره على التحكم الإداري بين شركة في القطر الأم (القطر الذي تنتمي إليه الشركة المستثمرة) وشركة أو وحدة إنتاجية في قطر آخر (القطر المستقبل للاستثمار)⁵.

أما منظمة التجارة العالمية (WTO) فتعرفه على أنه: "ذلك النشاط الذي يقوم به المستثمر المقيم في بلد ما (البلد الأصلي) و الذي من خلاله يستعمل أصوله في بلدان أخرى (دول مضيفة) وذلك مع نية تسييرها"⁶.

تجدر الإشارة إلى أن الاستثمار الأجنبي غير المباشر، ويسمى كذلك الاستثمار في المحفظة المالية، ويقصد به شراء الأسهم والسندات من الأوراق المالية.

2- أشكال الاستثمار الأجنبي المباشر:

يمكن أن نميز بين نوعين من الاستثمار الأجنبي المباشر:

* الاستثمار المشترك: حسب عبد السلام أبو قحف فقد كانت آراء بعض الاقتصاديين حول الاستثمار المشترك كما يلي⁷:

- يرى "كولد Kolde" أن الاستثمار المشترك هو أحد مشروعات الأعمال الذي يمتلكه أو يشارك فيه طرفان (أو شخصيتان معنويتان) أو أكثر من دولتين مختلفتين بصفة دائمة، والمشاركة هنا لا تقتصر على الحصة في رأس المال بل تمتد أيضا إلى الإدارة، الخبرة وبراءات الاختراع أو العلامات التجارية....

- ويرى "تيربسترا Tirpistra" أن الاستثمار المشترك ينطوي على عمليات إنتاجية أو تسويقية تتم في دول أجنبية، ويكون أحد أطراف الاستثمار فيها شركة دولية تمارس حقا كافيًا في إدارة المشروع و العملية الإنتاجية بدون السيطرة الكاملة عليه.

- فيما يرى "ليفنجستون Livingston" أن الاستثمار يعتبر مشتركا في حالة إشراك طرف أجنبي أو أكثر من طرف محلي (سواء كان شركة وطنية قائمة أو غير ذلك) للقيام بإنتاج سلعة جديدة أو قديمة أو تنمية السوق أو أي نشاط إنتاجي آخر سواء كانت المشاركة في رأس المال أو التكنولوجيا.

* الاستثمارات المملوكة بالكامل: و تتمثل في قيام الشركات المتعددة الجنسيات بإنشاء فروع لها للإنتاج أو التسويق أو أي نوع آخر من أنواع النشاط الإنتاجي أو الخدمي بالدولة المضيفة، على أن تكون لها الحرية الكاملة في الإدارة والتحكم في هذه النشاطات، ويعتبر هذا النوع من الاستثمار الأكثر تفضيلا لدى الشركات المتعددة الجنسيات⁸.

III- علاقة الاستثمار الأجنبي المباشر بنظريات تدويل النشاط التسويقي

1- نظرية عدم كمال السوق:

تقوم هذه النظرية على افتراض غياب المنافسة الكاملة في أسواق الدول المضيفة، بالإضافة إلى نقص العرض من السلع فيها، كما أن الشركات الوطنية في الدول المضيفة لا تستطيع منافسة الشركات الأجنبية في مجالات الأنشطة المختلفة بسبب قدرات الشركات الأجنبية الكبيرة الرأسمالية والتكنولوجية والمهارات الإدارية والذي يمثل حافزا أساسيا وراء اتخاذ قرار تدويل النشاط الإنتاجي أو التسويقي.

2- نظرية الحماية:

يقصد بالحماية الممارسات الوقائية من قبل الشركات الدولية لضمان عدم تسرب الابتكارات الحديثة في مجالات الإنتاج أو التسويق أو الإدارة إلى أسواق الدول المضيفة من خلال قنوات غير الاستثمار المباشر أو عقود التراخيص والإنتاج... لأطول فترة ممكنة؛ وحتى تستطيع هذه الشركات كسر حدة الرقابة والإجراءات الحكومية بالدول المضيفة وإجبارها على فتح قنوات للاستثمار المباشر داخل أراضيها.

ظهرت هذه النظرية لافتراض نظرية عدم كمال السوق بغياب المنافسة الكاملة حيث أن الشركات الدولية لا تضمن الاستغلال الأمثل لفرص التجارة والاستثمار الدولي. بمجرد عدم تكافؤ المنافسة، بحيث يتوقف ذلك على ممارسات الدول المضيفة من رقابة أو قوانين قد تؤثر على حرية التجارة والاستثمار وممارسة الأنشطة المرتبطة بهما.

إن نظرية الحماية تتركز بصورة مباشرة على دوافع الحماية للشركات الدولية وضرورة أن تكون عملية اتخاذ القرارات داخليا (داخل الشركة الأم أو بين الشركة الأم والفروع) ومن ثم فهي تعطي اهتماما أقل إلى الإجراءات أو الضوابط الحكومية في الدول المضيفة على اعتبار أن حماية براءات الاختراع يكفله المنظمات الدولية المختصة.

3- نظرية دورة حياة المنتج الدولي:

يمكن لهذه النظرية أيضا أن تعطي تفسيراً لأسباب تدويل النشاط التسويقي والإنتاجي وكيفية انتشار الابتكارات والاختراعات الجديدة خارج حدود الدولة الأم.

- تقدم هذه النظرية تفسيراً لأسباب انتشار ظاهرة الاستثمارات الأجنبية في الدول المضيفة .
- تلقي الضوء على دوافع الشركات التي تقوم بالاستثمار الأجنبي من وراء هذا الاستثمار من ناحية و من ناحية أخرى توضح كيفية أو أسباب انتشار الابتكارات و الاختراعات الجديدة خارج حدود الدولة الأم .

- تقدم تفسيراً للسلوك الاحتكاري للشركة واتجاهها إلى الإنتاج في دول أجنبية للاستفادة و التمتع بفروق التكاليف الإنتاجية أو الأسعار أو استغلال التسهيلات الممنوحة من قبل الدولة المضيفة و كسر حدة الحماية الجمركية التي تفرضها هذه الدولة على الاستيراد .
و طبقاً لهذه النظرية ، يجري خروج الشركة من دولتها الأم ، نتيجة لإضافة فروع جديدة في البلدان المضيفة بصورة منتظمة ، و نمو مبيعات هذه الفروع في الأسواق الخارجية مع استخدام التكنولوجيا و التصاميم المعدة في بادئ الأمر من قبل الشركة الأم.

إن دورة حياة المنتج الدولي تمر بالمراحل التالية:

المرحلة الأولى مرحلة الابتكار(الميلاد): في الدولة المخترعة وم أ تتوفر التكنولوجيا العالية، موارد بشرية جد مؤهلة، طلب فعال، نفقات البحوث والتطوير مرتفعة، اتساع السوق الداخلي مع تصدير المنتج لبعض الدول المتقدمة.

المرحلة الثانية مرحلة النضج: استقرا المنتج في البلد الأم بسبب انخفاض تكاليفه مما يزيد من الطلب عليه محليا، بالإضافة إلى تلبية الطلب إلى الدول المتقدمة الأخرى عن طريق إقامة استثمار أجنبي مباشر (ويكون ذلك خاصة في الدول ذات الدخل المرتفع).

المرحلة الثالثة: المنتج نمطي: في هذه المرحلة تتمكن الدول المتقدمة الأخرى من امتلاك تكنولوجيا تصنيع هذا المنتج محليا.

- صادرات الدولة المخترعة تبقى مستقرة نظرا لتزايد الطلب على المنتج من قبل الدول النامية (خاصة مرتفعة ومتوسطة الدخل).

- كل هذا يؤدي إلى تزايد المنافسة بين الدولة المخترعة والدول المتقدمة الأخرى بسبب تمكن هذه الأخيرة من تصديره خارجها.

المرحلة الرابعة: شيوع التكنولوجيا إلى عامة الدول: هناك بعض السلع التي لا يمكن أن تطبق عليها هذا المنحنى مثل سلع التفاخر Prestigious goods

4- نظرية الموقع:

محور اهتمام نظرية الموقع يرتبط بقضية اختيار الدولة المضيفة التي ستكون مقرا لممارسة الأنشطة الإنتاجية أو التسويقية للشركة الدولية، فهي تركز على المحددات و العوامل البيئية في الدول المضيفة التي ترتبط بالعرض والطلب، العوامل التي تؤثر على الأنشطة الإنتاجية والتسويقية والبحوث والتطوير ونظم الإدارة، العوامل المرتبطة بتكاليف الإنتاج والتسويق، العوامل التسويقية والعوامل المرتبطة بالسوق:

- العوامل التسويقية وعوامل السوق: درجة المنافسة، معدل نمو السوق، حجم السوق، و منافذ التوزيع، وكالات الإعلان، احتمالات التصدير لدول أخرى العوامل المرتبطة بالتكاليف: مثل القرب من المواد الخام والمواد الأولية، مدى توافر الأيدي العاملة، انخفاض مستويات الأجور، مدى توافر رؤوس الأموال، مدى انخفاض تكاليف النقل، التسهيلات الإنتاجية.....

- الإجراءات الحمائية وتمثل في التجارة الخارجية مثل التعريف الجمركية، نظام الحصص والقيود الأخرى المفروضة على التصدير والاستيراد.

- العوامل المرتبطة بمناخ الاستثمار الأجنبي: مثل مدى قبول الاستثمار الأجنبي، الاستقرار السياسي، القيود المفروضة على تملك الأجانب للمشروعات الاستثمارية، إجراءات تحويل العملات الأجنبية، سعر الصرف....
- الحوافز والامتيازات التي تمنحها الدولة للأجانب المستثمرين.

5- نظرية الموقع المعدلة:

تشابه هذه النظرية مع نظرية الموقع، غير أنها تضيف بعض المحددات أو العوامل الأخرى التي قد تؤثر على الاستثمارات الأجنبية، بحيث تقترح أن الأعمال والاستثمارات الدولية والأنشطة بما تتأثر بثلاث مجموعات: متغيرات شرطية، عوامل دافعة، متغيرات حاكمة:

العوامل	أمثلة
العوامل الشرطية	1- خصائص المنتج / السلعة Product – Specific نوع السلعة، استخدامات السلعة، درجة حداثة / جودة السلعة، متطلبات الإنتاج للسلعة (الفنية و المالية و البشرية)، خصائص العملية الإنتاجية... إلخ
	2- الخصائص المميزة للدولة Country Specific طلب السوق المحلي، نمط توزيع الدخل، مدى توافر الموارد البشرية و الطبيعية، مدى التقدم الحضاري
	3- علاقات الدولة المضيفة مع الدول الأخرى نظام النقل و الاتصالات بين الدول المضيفة و الدول الأخرى، الاتفاقيات الاقتصادية و السياسية على حركة أو انتقال رؤوس الأموال و المعلومات و البضائع و الأفراد، التجارة الخارجية...
العوامل الدافعة	1- الخصائص المميزة للشركة Firm – Specific مدى توفر الموارد المالية و البشرية و الفنية و التكنولوجية، حجم الشركة
	2- المركز التنافسي . المقدرة النسبية للشركة على المنافسة و مواجهة التهديدات و الأخطار التجارية.
العوامل الحاكمة	1- الخصائص المميزة للدولة المضيفة . القوانين و اللوائح الإدارية، و نظم الإدارة و التعيين و سياسات الاستثمار و الحوافز الخاصة بالاستثمارات الأجنبية... إلخ
	2- الخصائص المميزة للدولة الأم . القوانين و اللوائح و السياسات الخاصة بتشجيع تصدير رؤوس الأموال و الاستثمارات الأجنبية المنافسة، ارتفاع تكاليف الإنتاج
	3- العوامل الدولية . الاتفاقيات المبرمة بين الدول المضيفة و الدولة الأم، و المبادئ و الموثيق الدولية المرتبطة بالاستثمارات الأجنبية بصفة عامة .

المصدر: عبد السلام أبو قحف، مقدمة في إدارة الأعمال الدولية، مكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، 1988، ص 50.

خاتمة:

تناولنا في هذه الورقة البحثية علاقة التسويق الدولي بالاستثمار الأجنبي المباشر، في ضوء نظريات تدويل النشاط التسويقي و المفسرة أيضا لسلوك الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تفترض نظرية عدم كمال السوق غياب المنافسة الكاملة بأسواق الدول المضيفة، مما يعني فرصا تسويقية سانحة للشركات دولية النشاط، بالإضافة إلى ضعف تنافسية الشركات المحلية والذي يعد دافعا من دوافع تدويل النشاط التسويقي.

- تعبر نظرية الحماية عن الممارسات الحمائية لابتكاراتها، والتي تعد حافزا لتدويل النشاط التسويقي من خلال رغبة الشركات الدولية في حماية اختراعاتها خارج الحدود الجغرافية للدولة الأم.

- إن الرغبة في إطالة دورة حياة المنتج الدولي تعتبر من أهم الدوافع لممارسة النشاط التسويقي على مستوى دولي، وهذا ما تفسره نظرية دورة حياة المنتج الدولي لأسباب انتشار الاستثمارات الأجنبية المباشرة.

- إن اختيار الدولة المضيفة لموقع توطين الاستثمارات الإنتاجية و التسويقية للشركة الدولية، يرتبط ارتباطا وثيقا بالموقع والذي يتحدد بمجموعة من العوامل التسويقية، عوامل مرتبطة بالتكاليف، عوامل مرتبطة بمناخ الاستثمار الأجنبي، وحملة من الحوافز التي تمنحها الدولة للأجانب المستثمرين؛ وهذا ما تفسره نظرية الموقع، وكذا نظرية الموقع المعدلة.

الهوامش

¹ - فرحات غول: التسويق الدولي، دار الخلدونية، الجزائر، 2009.

² Charle croué: marketing international, 2 eme édition, université de boeck, bruxelle, 1994, p 41

³ بشير عباس العلاق وقحطان بدر العبدلي، إدارة التسويق، دار زهران، عمان، 1999، ص 374.

⁴ OECD: third edition of the detailed benchmark of foreign direct investment, Paris, 1999, P07

⁵ علي عبد القادر علي: محددات الاستثمار الأجنبي المباشر، قضايا التنمية في الأقطار العربية، العدد الواحد والثلاثون، 2004، ص 04.

⁶ بلال بوجمعة: تحليل واقع الاستثمارات الأجنبية المباشرة و آفاقها في ظل اتفاق الشراكة الاورومتوسطية، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان، 2007، ص 19.

⁷ عبد السلام أبو قحف: الأشكال والسياسات المختلفة للاستثمارات الأجنبية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2003، ص 15-16.

⁸ المرجع نفسه، ص 20.

ترقية أداء المنظمات العمومية في ظل مقارنة التسيير العمومي الجديد (NPM): دراسة نظرية تحليلية

د/ محمد السعيد جوال*

جامعة الجلفة - الجزائر

Abstract :

This article aims to highlight the importance of using the new public management (NPM) as a method to promote the performance of public organizations. Firstly we discussed the concept of public service and the justifications for the survival of public organizations and their problems, as well as the approaches used to improve their performance. Secondly, we explained the beginnings of new public management and the reasons of its emergence, in addition to its concept, characteristics, principles, and the most important transformations and changes that have occurred from its application.

Keywords : Public Service, Public Organizations, New Public Management

تمهيد:

أثبتت الدراسات والمشاهدات أن القطاع العام وبالأخص في الجزائر والدول العربية على حد سواء يمر بنقطة انعطاف سيتحدد على إثرها مستقبل واستراتيجيات التنمية الاقتصادية في المنطقة، وهنا بالذات لم يعد الحديث المطروح اليوم كما كان سابقا حول مدى جدوى القطاع العام والمنظمات العمومية في الحياة الاقتصادية، إذ أثبتت الأزمات السابقة التي مرت بها الأنظمة الاقتصادية ضرورة تدخل الدولة لإحداث التعديلات وتحقيق التوازنات، وعليه أصبحت الدعوة موجهة إلى تميمين القطاع العام من خلال السعي نحو البحث عن أنجع الطرق

* أستاذ محاضر "ب" بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة زيان عاشور بالجلفة،

الجزائر، مايل: djoul@gmail.com

التي تساعد على ترقية أداء المنظمات العمومية، وذلك من أجل نقلها من الشكل التقليدي لها والمعروف بالرتابة والروتين، إلى طابع أكثر حداثة وترشيحا لمواكبة التحديات الاقتصادية والإدارية والسياسية الراهنة.

وتماشيا مع هذا الطرح سعت العديد من الدول وبالأخص الدول الانحلو سكسونية انطلاقا من الربع الأخير من القرن الماضي نحو إصلاح القطاع العام، مدعمة بتأييد شعبي سبب جمود الخدمات العمومية من جهة، وبدفع كبير من قبل المنظمات الدولية من جهة أخرى. ولعل الشيء الملاحظ هنا هو الاتفاق السائد حول أن الخلل ليس في أهداف المنظمات العمومية بل في طرق إدارتها وتسييرها، ودعمت هذه الفرضية النجاحات الباهرة التي حققتها منظمات الأعمال بفضل الثورة الإدارية التي عرفها القطاع الخاص، وانطلاقا من هذا ظهرت العديد من النداءات والأطروحات التي دعت إلى دراسة متطلبات وكيفية تطبيق أساليب وإستراتيجيات إدارة الأعمال لترقية أداء المنظمات العمومية في ظل ما يسمى بنماذج التسيير العمومي الجديد (NPM)، وهذا ما سنسعى لمناقشته في مقالنا هذا من خلال دراسة نظرية تحليلية.

وقد تبيننا في مقالنا هذا منهجا وصفيا تحليليا، حيث اعتمدنا بالأساس على المسح المكتبي وتحليل الدراسات السابقة، لمحاولة بناء مقارنة نظرية تبرز من خلالها أهمية تطبيق مبادئ التسيير العمومي الجديد كمدخل لترقية أداء المنظمات العمومية، وبهذا سنسعى من خلال محورين للدراسة نحو تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

§ قراءة في أهم دواعي ومبررات بقاء المنظمات العمومية، بالإضافة إلى تحليل أدائها وأهم مشاكلها في الجزائر والدول العربية.

§ تقديم الأسس النظرية والتاريخية التي يتركز عليها مفهوم التسيير العمومي الجديد.

§ تحليل خصائص التسيير العمومي الجديد وأهم مبادئه.

§ استعراض أهم التحولات التي ستعرفها المنظمات العمومية في ظل التسيير العمومي الجديد.

المحور الأول: واقع المنظمات العمومية واتجاهاتها المستقبلية نمو التطوير

عادة ما تنطلق إستراتيجية التطوير من التشخيص الفعال للواقع، وهذا ما سنتبناه حيث سنسعى من خلال هذا المحور إلى تحديد مفهوم الخدمة العمومية أولا، ثم سنحاول بعدها استعراض أهم مبررات بقاء المنظمات العمومية والمشاكل التي تواجهها، بالإضافة إلى تحليل أدائها، وفي الأخير سنقدم قراءة موجزة لأهم مداخل ترقية أداء المنظمات العمومية.

أولاً- تحديد مفهوم الخدمة العمومية:

كانت ولا زالت الدولة بمختلف أشكالها وتوجهاتها الاقتصادية والإدارية والسياسية والقانونية أداة لإشباع الحاجات والرغبات الإنسانية، وذلك بفضل الأجهزة والهيئات والمنظمات والمؤسسات التي تعمل في ضلها وتحت سلطتها القانونية، سواء كانت خاصة أو عمومية، وهنا بالذات يجب علينا التوقف والسعي نحو تمييز الخدمات العمومية وتحديد مفهومها لارتباطها الكبير بالهدف الأساسي من دراستنا.

بداية، يوحي مصطلح الخدمة العمومية إلى تلك الرابطة أو العلاقة التي تجمع بين الإدارة العامة الحكومية والمواطنين، وذلك على مستوى تلبية الرغبات وإشباع الحاجات المختلفة للأفراد من قبل الجهات الإدارية والمنظمات العمومية المشكّلة للقطاع العام.

وفي هذا الصدد تعرف دراسة شنوفي الخدمة العمومية على أنها: «جميع أنواع الخدمات التي لا يمكن أن تستغل إلا في إطار جماعي، حيث تتوفر بشكل إجباري وفقاً لقاعدة المساواة التي ينص عليها القانون، ويكون من الضروري استغلالها بمعزل عن قواعد السوق، وتحمل الدولة مسؤولية توفيرها والقيام بها، من حيث أدائها ومراقبتها»¹.

أما القانون الإداري الفرنسي فيعرف الخدمة العمومية على أنها: «تلك التي تعد تقليدياً خدمة فنية، تزود بصورة عامة بواسطة منظمة عامة كاستجابة لحاجة عامة، ويتطلب توفيرها أن يحترم القائمون على إدارتها مبادئ المساواة والاستمرارية والتكيف لتحقيق الصالح العام»². ومن أجل فهم الخدمات العمومية أكثر لابد من التطرق إلى أنواعها، والتي اتفق الباحثون على تحديدها انطلاقاً من أسس وتصنيفات عديدة لا يتسع المجال هنا إلى ذكرها جميعاً، حيث سنكتفي هنا بعرض نموذجين أساسيين، حيث يقسم النموذج الأول الخدمات العمومية إلى صنفين، وهما:³

§ الصنف الأول: ويضم الخدمات العمومية غير المسوّقة المقدمة والمعروضة على الجميع

سواء كانوا مواطنين أو مقيمين، والتي يتم الحصول عليها بشكل مجاني، وإنتاجها بملء بواسطة أموال عمومية مصدرها الإيرادات العامة للدولة وبالأخص من الحصيلة الجبائية.

§ الصنف الثاني: ويضم الخدمات العمومية المسوّقة والمقدمة إلى الأفراد بشكل

اختياري، حيث أن الحصول عليها يكون بمقابل يغطي إجمالي تكلفة الخدمة المقدمة، مثل: خدمات الكهرباء والغاز والماء في الجزائر. كما قد تكون مدعمة جزئياً من قبل الخزينة العمومية، كخدمات النقل العمومي، وبعض السلع والخدمات الاستهلاكية... الخ.

أما النموذج الثاني والذي يعتبر الأكثر اعتمادا وشيوعا، فيقسم الخدمات العمومية إلى:⁴

§ **خدمات عامة ترتبط بسيادة الدولة:** ويعد المصدر الأساسي لهذه الخدمات هو الدور التقليدي للدولة، والمرتبط بالعدالة والأمن والتمثيل الدبلوماسي... الخ.

§ **خدمات اجتماعية وثقافية:** والتي تطورت بصورة كبيرة منذ منتصف القرن التاسع عشر، والتي تشمل عموما التعليم، والصحة، والمساعدات الاجتماعية... الخ.

§ **خدمات ذات الطابع الاقتصادي:** والتي يطلق عليها مسمى الخدمات العمومية الصناعية والتجارية، والتي ظهرت بشكل أساسي في القرن العشرين، وخصوصا مع التطور الملحوظ لدور الدولة في الحياة الاقتصادية من أجل تحقيق رفاهية المواطن في مجال حاجاته الأساسية في مجالات النقل، والاتصالات، والطاقة... الخ.

وعموما، يجب التأكيد على أن المنظمات العامة والتي ينسب إليها تقديم الخدمات العمومية بشكل دائم لا تهدف إلى تحقيق الربح، حيث تخصص الموارد عادة في مثل هذا النوع من المشروعات من أجل تقديم سلع وخدمات ضرورية للمواطنين دون النظر إلى قدرتهم على الدفع، إلا أن غياب الربح عن مثل هذا النوع من المنظمات لا يعني أنها بالضرورة يجب أن تعمل بخسارة، وإنما يغيب هنا على تقييم أدائها مقياس الربح الناشئ عن المقارنة بين النفقات والإيرادات.⁵

وتؤكد العديد من الدراسات على مبادئ الخدمات العمومية والتي تعتبر بمثابة خصائص مميزة لها، وقد ينظر البعض إلى هذه المبادئ التي تعتبر أحيانا تقليدية وفقا لجانبين، منها ما هو مرتبط بالجانب القانوني والإداري لتقديم الخدمات العمومية، ومنها ما هو مرتبط بطبيعة المشاريع الهادفة إلى تقديمها، ويمكننا أن نعرض هذه المبادئ بصورة عامة كما يلي:⁶

§ **الاستمرارية La continuité:** حيث يجب أن يتسم تقديم الخدمات العمومية بالانتظام، وذلك عن طريقة إتاحتها لأي فرد يحتاجها في ظل ظروف محددة، إلا في الحالات التي يتعذر على هيئتها أن تستمر في تقديمها.

§ **المساواة L'égalité:** وهي مبدأ أساسي في تقديم الخدمات العمومية، كما أنها من دعائم الديمقراطية الإدارية، وينص هذا المبدأ على أن يكون لجميع أفراد المجتمع الحق في الحصول الخدمة العمومية، وأن تتشابه الضريبة أو الرسم المدفوع لقاتها بين الجميع، وأن يدفعوا بنفس الطريقة وان يحصلوا على نفس الضمانات. وهذا المبدأ يتضمن ضرورة

توفير الخدمات العمومية بدون عوائق، وإتاحتها لجميع المواطنين دون استثناء وبصورة عادلة.

§ **الموانمة La mutabilité**: إن المنفعة العامة تتطور مع الزمن وتطور المجتمعات، وعليه فمن ثم فمن الضروري وفقا لهذا أن تتكيف الخدمات العمومية مع المستجدات. إذ يجب أن يساير تقدمها تطور حاجات المواطنين على اعتبار أن هذه الحاجات متغيرة باستمرار، خاصة وأن البيئة في جميع مجالاتها يتميز بالتغيير وعدم الثبات.

ثانيا- مبررات بقاء المنظمات العمومية والمشاكل التي تواجهها:

تقترب الخدمات العمومية بالمنظمات العمومية التي تعتبر الأداة الرئيسية لتقديمها وتطويرها، ومن المعلوم أن انتشار المنظمات العمومية وتوسعها عرف ذروته في ظل الأنظمة الاشتراكية التي ارتكزت عليها بشكل أساسي كأداة لتحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية، لكن وبعد انهيار النماذج الاشتراكية لم تتوقف المنظمات العمومية، بل بقيت محافظة على كيانها في كثير من الدول حتى الرأسمالية منها، بل وحتى توسعت وأخذت أشكالاً وأدوار جديدة، وفي هذا الصدد حاول الباحث إدريس تلخيص أهم مبررات بقاء المنظمات العمومية كما يلي:⁷

§ مبررات تتعلق بعدم إقبال الرأس المال الخاص عليها، وذلك بسبب ضخامة الأموال اللازمة لإنشاء مثل هذا النوع من المشروعات، كحالة النقل الجوي والسكك الحديدية ووسائل النقل العمومية، وذلك إما لارتفاع تكاليف تشغيلها، أو كمحاولة للحكومة من أجل تقديم منتجاتها بأسعار تكون في متناول الجميع، وأحيانا قد يكون السبب انخفاض أو انعدام العائد منها. كذلك قد تهدف المنظمات العمومية إلى تقديم خدمات خاصة لصغار المنتجين لحمايتهم خصوصا في بداياتهم، وهذا ما يعجز عنه القطاع الخاص، مثل تقديم القروض بأسعار فائدة معدومة أو قليلة عن طريق بنوك صناعية أو بنوك الائتمان العمومية.

§ مبررات مرتبطة بالأمن القومي، مثل إنفاق الدولة على المشاريع والتجهيزات العسكرية والطاقة النووية.

§ مبررات تتعلق بالتأميم نتيجة لاعتبارات قومية، حيث تنقل الدولة ملكية بعض المنظمات إليها من أجل وضع حد للسياسات الانتهازية لأصحابها، والتي يمكن أن تشكل خطرا على تماسك المجتمع وهدرا لثرواته وموارده.

§ مبررات تتعلق بالحفاظ على مظاهر الحياة وحماية الممتلكات والموارد في المجتمع، مثل منظمات الأمن والشرطة ومنظمات الحماية من الحرائق والأخطار... الخ.

وعليه يمكن القول أن بقاء المنظمات العمومية وتطويرها أصبح حاجة ضرورية لحماية البناء الاجتماعي والاقتصادي للمجتمع، بل وحتى ازدادت الحاجة إليها لما يمكن أن تلعبه من أدوار في الحفاظ على التوازنات، وهذا ما يدعونا إلى التأكيد على ضرورة إعادة النظر في بنائها، والحفاظ عليها، وتدعيمها، والأهم هو تغيير وتطوير توجهاتها الإستراتيجية ومقاربتها البنوية، وهذا لا يمر إلا عبر القضاء على العقبات التي تعترضها، ومن هنا كان لابد علينا البحث عن المشاكل التي تقف حجر عثرة أمام ترقية أداء المنظمات الحكومية التقليدية، والتي تعتبر السمة الرئيسية للدول النامية والمتخلفة بما فيها الدول العربية بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة. وفي هذا الصدد تلخص دراسة شنوفي أهم الصعوبات التي تواجه المنظمات العمومية على النحو الآتي:⁸

§ تبني المنظمات العمومية لأهداف خارجية محددة يلزمها القانون في صورة الصالح العام، مثل: الأمن الوطني، والتعليم، والصحة... الخ، حيث لا يمكن مثلاً لمستشفى عمومي أن ينتهج إستراتيجية الفندقية كما تنتهجها المستشفيات الخاصة.

§ غياب مردودية رأس المال، حيث أن المنظمات العمومية لا تأخذ بعين الاعتبار القيمة المضافة للرأسمال المستثمر كمعيار لتحليل المشاريع المنجزة، لذلك نجد معظم المنظمات العمومية ذات أرصدة سالبة، مثلاً: إنجاز مشروع بناء مستشفى يمول عن طريق الميزانية العامة للدولة ولا يحدد سعر تكلفته على أساس سعر السوق، وعليه فالخدمات العمومية أكثر كلفة مقارنة بمثيلاتها في القطاع الخاص، وهنا يجب أن نؤكد على أن المواطن يدفع فيها تكلفة مباشرة على أساس أنه مستفيد، وتكلفة غير مباشرة باعتباره مساهماً.

§ انعدام المنافسة بفعل القوانين واللوائح التي تنظم المنظمات العمومية، الأمر الذي يضيف على مثل هذا النوع من الأنشطة الطابع الاحتكاري، وهو ما يجعلها غير قادرة على التأقلم مع معطيات ومستجدات البيئة، كذلك ساهمت هذه الظاهرة في استفحال التسيير البيروقراطي السلبي للمنظمات العمومية، وذلك انطلاقاً من كونها محتكرة لبعض الخدمات، فهي إذن غير مجبرة على استخدام سياسات التسويق العام المرتكز على الحوار والتشاور والإقناع، بل يجب على المواطن أحياناً الذهاب إليها، وبذل الجهود لفهم لغتها والشبكات التي تستخدمها، أو يمنع من الاستنفاع من تلك الخدمات، مع إمكانية تلبيتها بطرق بديلة، وبهذا الشكل أخذت المنظمات العمومية صفة الديكتاتورية وعدم الإنسانية

والبيروقراطية، يعكس المنظمات الخاصة التي ينظر فيها إلى المستفيد باعتباره ملكا يجب دوما الحرص والسعي على كسب وده ورضاه.

§ تعقد وعدم تجانس المهام الموكلة إلى المنظمات العمومية، فمثلا: تقوم البلدية بتسيير النفايات، والأمن العمومي، وبناء المنشآت والمساحات الخضراء، وحماية البيئة، والتعليم... الخ.

§ خضوع المنظمات العمومية التام لسيادة الدولة كنتيجة حتمية لدولة القانون، الأمر الذي يخضعها للقرارات السياسية، فمثلا في المناسبات الانتخابية كثيرا ما تستغل المنظمات العمومية كورقة لتحقيق قيمة انتخابية مضافة.

ثالثا- تحليل أداء المنظمات العمومية التقليدية:

نظرا للصعوبات العديدة التي تعاني منها المنظمات العمومية التقليدية والتي قمنا بتلخيصها سابقا، لن نكون مبالغين إذا قلنا أن أدائها يتسم بالضعف والعجز في الكثير من أوجهه ومجالاته، وهذا ما يؤكد التآمر العام من عدم فعالية خدماتها، وفي هذا الصدد حاول منتدى الرياض الاقتصادي تقييم أداء المنظمات العمومية في الوطن العربي، حيث توصل إلى النتائج الآتية، والتي تعكس في مجملها مظاهر انخفاض إنتاجية المنظمات العمومية العربية، وهي:⁹

§ إحداث تغيرات جزئية أو شاملة في الهياكل التنظيمية لمعظم وزارات الدولة عقب كل تغيير وزارى، بعيدا عن الأهداف العامة والمهام والاختصاصات التي تمارسها الوزارة، بالإضافة إلى استحداث العديد من الوحدات التنظيمية داخل الوزارة دون أن يكون ذلك مبنيا على الحاجة التنظيمية للعمل، وقد نتج عن ذلك تكرار الكثير من العمليات الإدارية، وتعقيد الإجراءات، واستخدام أعداد كبيرة من العاملين.

§ غياب معايير دقيقة وموضوعية لتحديد متطلبات الوظائف، الأمر الذي ساهم في تفشي ظاهرة المساومة على الوظائف عند مناقشة مخططات الموارد البشرية، بالإضافة إلى المبالغة في استحداث الوظائف الجديدة، والترقيات وفتح التدرج الوظيفي لعوامل بيئية ومجتمعية أساساها المجاملات والوساطة، وقد كان من نتائج ذلك التزايد المستمر في الإنفاق على الأجر والتعويضات.

§ وجود أعداد كبيرة من الموظفين الذين يمارسون أعمالا تختلف عن طبيعة تخصصاتهم، مما يعكس في الكثير من الأحيان الضغوط التي تواجهها المنظمات العمومية لاستيعاب مخرجات التعليم والتكوين، بغض النظر عن حاجتها أصلا للعمل، الأمر الذي ترتب عليه

- وجود عمالة زائدة عن تلك الحاجة في بعض التخصصات، ونقص أعداد الموظفين في تخصصات أخرى.
- § غياب الرؤية الإستراتيجية وضعف ممارسة التخطيط الاستراتيجي في الكثير من المنظمات العمومية، ويرجع ذلك أساسا إلى عدم إدراك أهمية هذه الجوانب من قبل المسؤولين، وانصرافهم إلى الانشغال الدائم بالأعمال التنفيذية.
- § تختلف الهياكل التنظيمية في العديد من المنظمات العمومية، إذ لا يزال الشكل الغالب عليها مرتكزا على التنظيم الهرمي بالمفهوم البيروقراطي التقليدي، والذي يتسم بالعديد من التشعبات ومناطق الاختناق الإداري في الهياكل القائمة، بما يعوق تقديم الخدمات للجمهور بشكل متميز من حيث المرونة والجودة في الأداء.
- § افتقار الكثير من المنظمات الحكومية إلى الوسائل والتقنيات الحديثة في أداء أعمالها، وحتى بالنسبة للأجهزة التي يوجد بها هذه الوسائل والتقنيات، فإنها لا تزال تستخدم فيها بشكل محدود نتيجة عدم التدريب الكافي عليها، وغياب الإعداد المسبق لتعامل الموظفين معها.
- § تدني نسبة الوقت الذي يخصصه الموظفون لأداء مهام وظائفهم، وذلك بسبب عدم إحساسهم بالرضا عن تطبيق مبدأ الثواب والعقاب، وانشغال نسبة كبيرة منهم بأعمال خارجية يمتلكونها أو يتولون تشغيلها من خلال الآخرين.
- § الشعور بالإحباط وعدم الرضا الوظيفي بسبب غياب المعايير الموضوعية لاختيار قيادات المنظمات العمومية، وعدم وضوح الفرق بين الموظف المنتج وغير المنتج في تقييم الأداء، بالإضافة إلى عدم عدالة الطرق المستخدمة في الربط بين الأجور ومستوى الأداء.
- § تكلس أعداد كبيرة من موظفي القطاع الحكومي في بعض الوظائف غير المنتجة والمتضخمة وظيفيا، مثل الوظائف الكتابية والإدارية.
- § إهدار الكثير من الوقت والمال في مجال التدريب نتيجة عدم الجدية في إجراءات التوظيف، وغياب التحديد الواضح للاختصاصات والصلاحيات الوظيفية في الكثير من المنظمات العمومية، والقصور في إدارة العملية التدريبية من حيث اختيار المدربين، والمدربين، ونوعية ومحتويات البرامج التدريبية، وتقييم نتائجها، ومتابعة آثارها على مستوى الأداء. وتؤكد العديد من الدراسات النتائج السابقة حول ضعف أداء المنظمات العمومية، والتي تتباين من دولة إلى أخرى، ولعل الأسباب التي تقف وراء ذلك كثيرة ومن الصعب جدا حصرها وتحديدها، وفي هذا الصدد ترجع دراسة شنوفي ذلك إلى ما أسمته بأخطاء التسيير العمومي التقليدي الذي يعتبر الأداة الإدارية الحاكمة لها، والتي تلخصها كما يلي:¹⁰

- § عدم الاستقرار في التنظيمات، حيث تلجأ الدول النامية بصفة عامة إلى التغييرات التنظيمية كحلول لمشاكلها مع أن هذه التغييرات قد تكون بعيدة تماما عن الحلول.
- § الاهتمام في التنظيم بالشكل أكثر منه في المضمون، حيث أحيانا ما تنشأ تنظيمات ووزارات وإدارات عمومية فقط كحلول شكلية دون مضمين حقيقة للوظائف والمهام.
- § ارتباط التنظيم بالأشخاص والافتقار إلى الموضوعية والمؤسسية، حيث أحيانا ما يعدل التنظيم أو حتى يقام من الأصل أو يلغى خدمة لأغراض شخصية أكثر منها موضوعية، وتحدد مجالات العمل فيه وأساليبه تبعاً لرغبات أشخاص من ذوي السلطة والنفوذ في اتخاذ القرار.
- § التضخم التنظيمي، حيث تولي الدول النامية اهتماما كبيرا لتضخيم التنظيمات كعلامة على الانجاز، فتكثر من الوزارات وتعدد الأجهزة والهيئات العمومية، ونمو العمالة والوظائف دون مبرر حقيقي.
- § الهياكل التنظيمية غير المتوازنة، نتيجة لعدم إتباع الأسلوب العلمي في تصميمها، وعدم الالتزام بالموضوعية فيها.
- § تخلف وتعقد نظم العمل، مع روتين طويل، ونماذج معيبة وتجهيزات مكانية غير ملائمة.
- § عدم وضوح العلاقات التنظيمية ما بين الأجهزة والوحدات الإدارية، وفيما بين التقسيمات التنظيمية داخل الجهاز أو الوحدة الواحدة.
- § تداخل أو ازدواج الاختصاصات على مستوى الوزارات أو الهيئات أو الإدارات العمومية.
- § استخدام أنماط تنظيمية غير فعالة، لكون التشريعات واللوائح المنظمة للعمل والعلاقات متقدمة وغير صالحة لمسايرة المستجدات.
- § استنادا إلى ما سبق وكنتيجه جوهريه يمكننا التأكيد على أن المنظمات العمومية التقليدية بحاجة إلى تغيير وتطوير، وبالأخص في هياكلها وطرق تسيرها، الأمر الذي يدعونا إلى البحث عن مداخل ترقية أداء المنظمات العمومية.

رابعا- قراءة في مداخل ترقية أداء المنظمات العمومية:

ارتبط موضوع ترقية أداء المنظمات العمومية بالإصلاح الإداري، الذي شكل موجة فكرية وعملية كبيرة انطلقا من سبعينيات القرن العشرين، وفي هذا الصدد يؤكد العديد من الباحثين على بروز ثلاثة نماذج رئيسية شكلت حيز الأساس في منطلق التغيير والتطوير في

المنظمات العمومية، وهي: نموذج إعادة اختراع الحكومة، ونموذج إعادة هندسة العمليات، ونموذج التسيير العمومي الجديد. وفي ما يلي سنقدم قراءة عامة حول منطلقاتها وأساسيتها.

1- نموذج إعادة اختراع أو تمديد الحكومة Reinventing Government:

يعتبر هذا النموذج من المداخل الأكثر شيوعاً في أدبيات الإصلاح الإداري، حيث يركز أساساً على النظرة الايجابية للأعمال والمنظمات الحكومية، والتي يرى بأنها تحتاج فقط إلى إستراتيجية فعالة للتغيير من أجل التطوير. ويرتكز هذا النموذج على مقاربات عملية حدثت في نهاية القرن العشرين في العديد من الدول وبالأخص في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي قدمت العديد من الحلول المبتكرة للمشاكل التنظيمية والمشاريع والمنظمات الحكومية، حيث ساهمت في ارتفاع جداولها وزيادة مستوى نجاعتها وفعاليتها.

ويرتكز نموذج إعادة اختراع الحكومة الذي قدمه الباحثين أوزبورن وغاييلر على فرضية أساسية مفادها: أن أي مجتمع لا يعرف إلا من خلال حكومته، وأن أي حكومة لا تتجسد إلا من خلال هياكل ومشاريع ومنظمات تتصف بأنها عمومية، وعليه فمن الخطأ بمكان أن نسعى إلى إلغائها، فقط المطلوب هو البحث عن السبل والأساليب التي تكفل الرفع من فعالية المنظمات والأجهزة العمومية، وذلك تحت شعار: الإنصاف وتكافؤ الفرص. ويرى أنصار هذا النموذج أن الهدف هو الوصول إلى ما يسمى بالحكومة الريادية.¹¹ وحسب دراسة (فوغالي، 2013) فإن نموذج إعادة اختراع الحكومة يركز على عشرة مبادئ، وهي:¹²

- ن تشجيع المنافسة بين مقدمي الخدمات؛
- ن تمكين المواطنين ودفعهم للخروج من سيطرة البيروقراطية في المجتمع؛
- ن قياس أداء الأجهزة المعنية من خلال التركيز على النتائج والمخرجات بدل المدخلات؛
- ن الدافع المحرك هو الأهداف، وليس القواعد واللوائح التنفيذية؛
- ن إعادة تعريف المواطنين كعملاء، وتوسيع دائرة الخيارات أمامهم؛
- ن منع المشاكل قبل ظهورها، بدلا من مجرد تقديم الخدمات بعد ذلك؛
- ن تركيز الطاقات على كسب الأموال، وليس من أجل الإنفاق فقط؛
- ن لا مركزية للسلطة وقبول الإدارة التشاركية؛
- ن تفضيل آليات السوق كبديل لآليات البيروقراطية؛

ن عدم التركيز فقط على تقديم الخدمات الحكومية، بل يجب تجاوزها إلى تحفيز جميع القطاعات العام والخاص على العمل التطوعي من أجل حل مشاكل المجتمع.

2- نموذج إعادة هندسة العمليات Reengineering:

ويسمى هذا النموذج أيضا بإعادة الهيكلة، والفكرة الأساسية له هي إعادة التصميم والتفكير بصورة جذرية وراдикаلية في الأعمال والعمليات التي تركز عليها المنظمات العمومية، وإيجاد مختلف الآليات اللازمة للتحسينات، واتخاذ تدابير فعالة وحاسمة لعصرنة الأداء، وذلك من خلال التركيز أساس على التكلفة والجودة والسرعة، باعتبارها المؤشرات الأساسية للتطوير الإداري.

وترى دراسة (فوغالي، 2013) أن هذا النموذج ينظر أكثر إلى الداخل، أو بصفة أكثر تحديدا ينطلق من تحليل البيئة الداخلية قبل الخارجية، ويعطي اهتماما أكبر لدور تكنولوجيا المعلومات (تقنية المعلومات).¹³

وحسب الباحث Fowler فإن هذا النموذج يمثل جهدا فكريا وعمليا فعالا، هدفه إعادة تجميع المهام والوظائف بعيدا عن مبادئ القرن التاسع عشر حول تقسيم العمل، وانطلاقا من ذلك لخص النتائج والتغيرات المطلوبة في ظل هذا النموذج كما يلي:¹⁴

ن فصل الوظائف البسيطة المرتبطة بالمهارة عن المهام متعددة الوظائف؛

ن مراحل عملية يتم تنفيذها انطلاقا من الوضع الحالي بهدف الوصول إلى التصور المنشود؛

ن تنفيذ الأعمال أو بعض الأجزاء منها خارج مصدرها؛

ن تقليل حجم المهام، وفحصها، ومراقبتها بصورة دورية ومنفصلة؛

ن التوافق بين مجموع العمليات، وطبيعة الوظائف، وهيكل الإدارة، وقيم المنظمة ومعتقداتها؛

ن توفير وخلق الفرص لإعادة تصميم نظم العمل، وتوفير المعلومات لتعزيز آليات صنع القرار؛

ن القدرة على التعامل مع ظروف العمل المتباينة.

3- نموذج التسيير العمومي الجديد New Public Management:

يشكل هذا النموذج اختصارا لمجموعة من المذاهب الإدارية التي برزت ضمن أجندة وجدول أعمال الإصلاح في عدد من دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية بدءا من سنة 1970. وعليه فهو يمثل نموذجا جديدا للإدارة المنظمات العمومية حيث يدعوها إلى التحول

من شكل المنظمات البيروقراطية Bureaucratic Organizations إلى منظمات ما بعد البيروقراطية Post- Bureaucratic Organizations وذلك من خلال التركيز على: ¹⁵

ن توفير السلطة، وتوفير المرونة؛

ن ضمان الأداء، والمراقبة والمساءلة؛

ن تحسين إدارة الموارد البشرية؛

ن تحسين تكنولوجيا المعلومات؛

ن تطوير المنافسة والاختيار؛

ن تحسين نوعية التنظيم؛

ن توفير خدمة متجاوبة مع مطالب واحتياجات المواطنين.

من خلال ما سبق يمكننا أن نستنتج بأن الفكرة الأساسية للتسيير العمومي الجديد هي إعادة النظر في تركيب وتوزيع السلطة بين المركز والوحدات بالنسبة للمنظمات العمومية، وهذا أساسا من أجل تفعيل وتعزيز دور فئة المديرين، لدفعهم نحو محاكاة النجاحات الباهرة التي حققها نظرائهم في القطاع الخاص، مع السعي لتوفير المناخ والشروط الوظيفية والتنظيمية المساعدة على تحقيق ذلك. وهنا بالذات يجب التأكيد على أن واحد من أهم شعارات التسيير العمومي الجديد هو: «لنجعل المسيرين يسرون "Make Managers Manage!"»، ولتحقيق ذلك لا بد من إقحامهم عالم المنافسة واقتصاد السوق.

وكمحاولة تقييم للنماذج السابقة، لا يسعنا القول بداية سوى أنها جميعا تشترك في هدف واحد إلا وهو إعادة النظر في هيكل وتركيب وأهداف المنظمات العمومية، وذلك بغية جعلها أكثر حيوية ودينامكية. فنموذج إعادة اختراع الحكومة ذو صبغة كلية، يؤكد أساسا على ضرورة الحكومة وأدائها من جهة، والزامية تغيير طرقها واستراتيجياتها من جهة أخرى. أما نموذج إعادة هندسة العمليات فرغم جاذبيته وفعاليتها خصوصا في القطاع الخاص، إلا أنه يحمل في طياته توجهها فيه إلغاء وتحييد لكل ما هو موجود، وهذا الأمر وإن كان ممكنا في منظمات الأعمال فهو جد صعب في المنظمات العمومية خصوصا في بدايات التحول والتغيير. أما نموذج التسيير العمومي الجديد فنرى بأنه يمثل فكريا وعمليا بوابة الأمل لإصلاح المنظمات العمومية، لأنه ينطلق من خصوصيتها ويسعى لتكييفها مع متطلبات البيئة لتلعب الدور المناط بها بكل فعالية.

وعليه، سنحاول في المحور الثاني من مقالنا هذا التركيز على تحليل أبعاد ومكونات التسيير العمومي الجديد كنموذج رائد للإصلاح الإداري، من أجل ترقية وتطوير أداء المنظمات العمومية التقليدية والمتعثرة.

المحور الثاني: البناء الفكري والعملي للتسيير العمومي الجديد (NPM).

إن البحث في استخدامات التسيير العمومي الجديد كآلية لترقية أداء المنظمات العمومية يتطلب منا تحليلاً نظرياً وعملياً لأهم معالمة وأبعاده، وفي هذا الصدد سنتطرق أولاً إلى نشأة التسيير العمومي الجديد وأسباب بروزه، ثم سنحاول إبراز مفهومه وأهدافه، بالإضافة إلى خصائصه ومبادئه، وفي الأخير سنتناول بالتحليل أهم التحولات التي ستطرأ على بعض وظائف المنظمات العمومية في ظل مقارنة التسيير العمومي الجديد.

أولاً- نشأة التسيير العمومي الجديد وأسباب بروزه:

إن الدارس لتاريخ الفكر الإداري والسياسي يستنتج لا محالة أن نقطة الانطلاق في تحليل تاريخ التسيير العمومي الجديد هي تحديد الهدف الأساسي من وجوده، وهنا يجب التأكيد أنه وعلى غرار النموذج التقليدي للتسيير العمومي، جاء من أجل محاولة الإجابة على الإشكالية الآتية: ما هي الآليات والسبل التي يمكن من خلالها أن تجعل المنظمات والخدمات العمومية أكثر كفاءة وفعالية؟

وفي هذا الصياغ، ونتيجة للنكسة البترولية لسنة 1973 والأزمة المالية الدولية التي صاحبته، جاء أول ظهور للتسيير العمومي الجديد في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث كانت السياسة العمومية هناك تعاني من مشاكل همة، وذلك بسبب فلسفة عملها المبنية انطلاقاً من التركيز على الوسائل وغياب الرقابة وعدم الاهتمام بالنتائج، مما تسبب في ارتفاع حجم الدين العام، والذي صاحبه عجز مالي كبير للولايات المتحدة الأمريكية.

وانطلاقاً من هذا، اتحدت قوى المعارضة وخصوصاً الاتجاه الليبرالي من أجل الدعوة إلى التغيير من خلال الانتقال من منطق الوسائل إلى منطق النتائج، بالإضافة إلى تقليص حجم تدخل الدولة والاتجاه نحو التخصصية، والأهم هو العمل على إدخال فلسفة التسيير الخاصة على السياسة العامة. لتنتقل بعد ذلك موجة الإصلاحات إلى الدول الأخرى التي عانت من نفس المشاكل والنقائص في مجال تقديم الخدمات العمومية، والتي تميزت بالضعف في الأداء وغياب فعالية الاستجابة لتطلعات المواطنين. وفي سبيل محاولة القضاء على ذلك تم التفكير بجدية في استخدام أهم أدوات القطاع الخاص التي حققت نجاحات كبيرة وتطبيقها تدريجياً في القطاع العمومي، وذلك في إطار ما يعرف بالتسيير العمومي الجديد New Public

Management (NPM).¹⁶

وفي هذا الصدد تؤكد دراسة (عشور، 2012) أن فترة الستينات والسبعينات من القرن الماضي تميزت بالعديد من الدراسات الأكاديمية التي حاولت تعزيز قدرات الحكومة من خلال سياسة المبادرات، والتي يمكن أن تصنفها إلى اتجاهين رئيسيين، وهما:¹⁷

§ الاتجاه الأول: قادة الاقتصاديون ويوصف بالاقتصاد المؤسسي الجديد New Institutional Economics .

§ الاتجاه الثاني: قادة رجال التسيير وكان أساسه المعرفة التسييرية Managerialism . حيث نادي الاقتصاديون بضرورة إدخال المنطق الاقتصادي على العمليات الحكومية، في حين حاول رجال التسيير التأكيد على ضرورة الاستفادة من الخبرة التسييرية التراكمية في القطاع الخاص واستخدامها داخل القطاع العام، وانطلاقاً من هذا ظهرت العديد من مذاهب وأوجه الإصلاح انطلاقاً من هاذين الاتجاهين.

وفي هذا الشأن، جادل العقلانيون الاقتصاديون بأن الحكومات كانت المشكل الأساسي أو العقبة التي قيدت نمو وحرية الاقتصاد، ومن أجل ذلك دعوا إلى تقليص حجم التدخل الحكومي، مؤكدين على أن وجود الأسواق وآلياتها من شأنه أن يساهم في تحسين الكفاءة الاقتصادية. كما أشاروا إلى أن النموذج التقليدي البيروقراطي لم يحدث توازناً هيكلياً في الحوافز والمكافآت كتلك الموجودة في الأسواق، ونادوا بأن يكون للأفراد الحد الأقصى من الحرية الفردية مع توفير شروط وأسباب الكفاءة.¹⁸

ومن جانب آخر، يرى رجال التسيير أن تطبيقات ومبادئ إدارة القطاع الخاص من شأنه أن يحل الكثير من المشاكل البيروقراطية في القطاع العام. فهم يؤكدون مثلاً على أن التسويق يؤدي إلى التغيير في ثقافة وقيم ومهارات المديرين، وبالتالي يساهم في تحسين أداء الوكالات الحكومية.¹⁹

وبعيداً عن هذا الطرح يرجع العديد من مفكري الإصلاح الحكومي الفضل في بدء حركة التسيير العمومي الجديد إلى Margaret Thatcher التي اعتلت منصبها في بريطانيا سنة 1979، بعدما أدارت حملة انتخابية تركزت على إصلاح الخدمات الحكومية من خلال تفعيل القطاع العام بعيداً عن النماذج البيروقراطية القديمة. وتبع انتخابها، انتخاب Ronald Reagan سنة 1980 في الولايات المتحدة الأمريكية، و Brian Mulroney في كندا سنة 1984، وكلاهما قاد حركة شرسة ضد البيروقراطية بهدف ترقية وتطوير أداء منظمات القطاع العام.²⁰

أما ميدانياً فقد تجسدت بعض مبادئ التسيير العمومي الجديد في العديد من مشاريع الإصلاح المتعلقة بالمنظمات العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الانجلو سكسونية

(بريطانيا، ونيوزلندا، وأستراليا... الخ)، وذلك انطلاقا من ثمانينات القرن الماضي. وهنا لابد من الإشارة إلى أن مصطلح New Public Management ترجع بداياته بالضبط إلى مقالين للباحثين (Aucoin, 1990) و (Hood, 1991)، حيث اعتبر أن NPM عبارة عن تعبير مختصر يستخدمه الباحثون والمختصون للإشارة إلى موضوعات متميزة لأساليب وأنماط إدارة المنظمات العمومية، والتي طفت على السطح خلال العقدين الماضيين في الدول السابقة الذكر.²¹ وابتداء من تلك الفترة تم تعميم التسمية وأصبح التسيير العمومي الجديد NPM بمثابة المرجعية لكل الحكومات المركزية والهيئات المحلية التي تهدف إلى إدخال إصلاحات وتغييرات على المنظمات والمرافق العمومية، ومع بداية القرن الواحد والعشرين أصبحنا في ظل التسيير العمومي الجديد NPM نتكلم على العديد من التجارب التي يمكن تقييمها والاستفادة منها في إطار ما يسمى بالإصلاح الإداري.

وفي دراسة للباحث Favoreu بعنوان: "تأملات حول أسس إستراتيجية والإدارة الإستراتيجية في القطاع العمومي"، توصل من خلالها إلى أن السبب الرئيسي لبروز موجة التسيير العمومي الجديد هو نواتج الإصلاح الإداري الذي عرفته سنوات سبعينات القرن الماضي، الأمر الذي دفع بالحكومات إلى السعي نحو إحداث تغيير جذري في سياساتها بحثا عن فعالية أكبر في مجال تقديم الخدمات العمومية، التي تميزت بالضعف في الأداء وغياب الفعالية في التقديم، وارتباطها بالممارسات الاحتكارية. حيث أن تقديم الخدمات العمومية يتم من قبل هيئات غير هادفة للربح، وتنشط في محيط قانوني منضبط يحدد بشكل دقيق مهام كل هيئة وكيفية تمويلها، الأمر الذي يجعل من هامش الحرية لدى المسير العمومي أقل بكثير مما هو عليه الحال في القطاع الخاص، مما يقيد ظاهرة الإبداع والتجديد.²²

ويرى معظم المؤيدين والمدافعين عن التسيير العمومي الجديد أنه عبارة عن ثورة عالمية لصالح الأشكال ما بعد البيروقراطية للمنظمات الحكومية، حيث ظهرت استجابة للعديد من الظروف والقوى، ولعل أهمها:²³

- ü كبير حجم وتكلفة القطاع العام، وتزايد الضغوط من أجل خفض برامجه وزيادة مستوى فعاليتها وكفاءتها؛
- ü الابتكارات التكنولوجية الهائلة المتراكمة عبر السنين، والتي ألقت بظلالها على العمل التسييري، وبالأخص ما تعلق منها بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- ü العولمة الاقتصادية واحتدام حدة المنافسة؛
- ü بروز الحاجة إلى تحرير القطاع الاقتصادي الذي بات يفرض أعباء ثقيلة على خزينة الدولة؛

- ن سوء الإدارة العامة وعدم كفايتها في العديد من الدول، بالإضافة إلى تفشي ظاهرة الفساد الحكومي في إدارة الموارد المتاحة؛
- ن التخطيط البيروقراطي الذي أصبح الطابع المميز للمنظمات العمومية؛
- ن في ظل عالم تنافسي، أصبح الأفراد يطالبون بالمزيد من الجودة والفعالية في الخدمات العمومية.

ثانيا- مفهوم التسيير العمومي الجديد وأهدافه:

بداية، وحسب المعجم السويسري للسياسة الاجتماعية فإن التسيير العمومي الجديد عبارة عن اتجاه حديث لتسيير المنظمات العمومية وفقا لمبادئ وأسس تتوافق مع متطلبات المتغيرات والظروف البيئية المعاصرة، حيث تعود بداية ظهوره إلى ثمانينات القرن الماضي في الدول الانجلو سكسونية، وانتشر لاحقا في معظم دول التعاون والتنمية الاقتصادية. وبخلاف التسيير العمومي التقليدي الذي كان يستمد مبادئه وأسس من العلوم السياسية والقانونية، فإن أفكار ومبادئ التسيير العمومي الجديد مستوحاة من العلوم الاقتصادية والإدارية وسياسات التسيير المطبقة في القطاع الخاص، ومن أهم الأسباب التي دفعت إلى بروزه هي الرغبة في تحسين ومعالجة الاختلالات التي ميزت التسيير العمومي التقليدي، وأهمها البيروقراطية السلبية، بالإضافة إلى محاولة الارتقاء بأداء المنظمات العمومية إلى المستوى المطلوب من الكفاءة والفعالية.²⁴

والملاحظ في سياق محاولة تحديد مفهوم التسيير العمومي الجديد هو تعدد التعاريف التي ارتبطت به من جهة، وغموضها أو سطحيته من جهة أخرى، ولعل السبب الرئيسي في ذلك هو كثرة التيارات التي تجاذبته على اختلافاتها الفكرية والإيديولوجية، والأهم هو ارتباط العديد منها بالعلوم السياسية والقانونية، وهنا بالذات وجب علينا الحذر لأن الانسياق ورائها قد يعود بنا إلى البناء الفكري للتسيير العمومي التقليدي الذي يستمد أسسه منها كما أشرنا سابقا، لذا سنتبنى الأطروحات التي دعمت الفرضية الأساسية للتسيير العمومي الجديد، والتي تركز على محاكاة النجاحات الاقتصادية والإدارية التي حققتها مشاريع القطاع الخاص في ظل ما يسمى بإدارة الأعمال، ومحاولة إسقاطها على القطاع العام من أجل تفعيل أداء المنظمات والهيئات العمومية.

وفي هذا الصدد ترى دراسة Pesqueux أن التسيير العمومي الجديد يمثل نقدا للنموذج التقليدي للإدارة العامة التي تستند إلى البيروقراطية، حيث يدعوا منظمات القطاع العام إلى التركيز على الإدارة وأنظمة التسيير بدلا من القضايا السياسية، الأمر الذي يحمل في طياته

تحوّلا من مفهوم دولة الرفاهية L'Etat-Providence إلى الدولة التنظيمية -Etat-L'Providence. مع التأكيد على أن مشروع التسيير العمومي الجديد يسعى لغرس لروح المبادرة في أجهزة الدولة من خلال إدخال منطق السوق في آفاقه، والتظاهر بأن المنافسة التي يستشهد بها دائما على أنها أساس لكفاءة السوق من شأنها أن تحل محل المبادئ السياسية.²⁵ وانطلاقا مما سبق سنحاول تقديم بعض الرؤى والتعاريف التي قدمت للتسيير العمومي الجديد، حيث ترى Pollitt بأنه يمثل إيديولوجية تركز على استخدام مجموعة من المقاربات التي أثبتت نجاعتها في القطاع الخاص من أجل محاولة إصلاح القطاع العام وتحسين أداء المنظمات الحكومية.²⁶ أما Bernrath فيعرف التسيير العمومي الجديد بدقة على أنه: «مجموعة عناصر مستحدثة في تسيير الإدارات العمومية، والتي تفرض عليها أن تتخلى عن المنطق والبعد القانوني وتصبح خاضعة للمنطق الاقتصادي، من خلال إدراج مفهوم الأداء الناجع والجودة».²⁷ أما دراسة (تيشات، 2015) وبعد استعراضها للعديد من تعاريف التسيير العمومي الجديد حاولت الخروج بتعريف خاص له على النحو الآتي: «هو تصور جديد يقوم على محاكاة قواعد تسيير المنظمات الاقتصادية الخاصة وآليات السوق من أجل عصنة إدارة المنظمات العمومية، والرفع من مستوى أدائها، مع الأخذ بعين الاعتبار التأثير الذي تمارسه البيئة على هذه المنظمات».²⁸

وكمفهوم خاص انطلاقا مما توصلنا إليه سابقا يمكننا القول بأن التسيير العمومي الجديد يجسد مدخلا فكريا وعمليا لإصلاح القطاع العام من خلال تفعيل دور وأداء المنظمات العمومية، عن طريق استخدام أدوات اقتصادية وإدارية أثبتت نجاعتها وفعاليتها في القطاع الخاص، مثل: الإدارة بالجودة الشاملة، إعادة هندسة العمليات، ترشيح المنظمات، إعادة تصميم الهياكل التنظيمية، إدارة العلاقة مع العملاء...، مع الأخذ بعين الاعتبار الأهداف الأساسية التي تبقى دوما مرتبطة بتحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطن، والذي سينظر إليه في ظل التسيير العمومي الجديد على أنه عميل بالمفهوم التسويقي لمنظمات الأعمال، دون أن ننسى البيئة وأهميتها في تحديد نوعية الوسائل والآليات المستخدمة وكيفية تطبيقها، لأن خصوصية المنظمات العامة تختلف على المنظمات في القطاع الخاص.

وتذهب دراسة (Aucoin, 1990) بعيدا من خلال تأكيدها على أن التسيير العمومي الجديد يعد مدخلا استراتيجيا هدفه تحقيق الأداء المتميز للمنظمات الحكومية على المدى المتوسط والطويل، وذلك على افتراض أن هناك العديد من المداخل والنشاطات التسييرية الرائدة التي حققت نجاحات باهرة في القطاع الخاص يمكن تطبيقها بعد التكيف والتعديل في

منظمات القطاع العام. ويستمر مؤكداً على أن نماذج التسيير العمومي الجديد تقوم على مجموعة من الفرضيات وهي:²⁹

- ن اعتماد أسلوب إدارة القطاع الخاص في القطاع العام؛
 - ن التركيز على الكفاءة؛
 - ن حركة مستمرة بعيداً عن ضوابط المدخلات والقواعد والإجراءات نحو قياس النتائج وأهداف الأداء؛
 - ن تفضيل الملكية الخاصة وتقبل فكرة التعاقد الخارجي لأداء الخدمات العامة؛
 - ن تفويض الرقابة الإدارية مع تحسين آليات الرصد والإبلاغ.
- وكقراءة دقيقة لأهداف التسيير العمومي الجديد تشير دراسة Borinis إلى العديد من النقاط والتي تعتبر جوهرية في إطار تحويل منظمات القطاع العام لمواكبة التغييرات المنشودة، وهي:³⁰
- ن توفير خدمات ذات جودة عالية للمواطنين؛
 - ن زيادة استقلالية المسيرين العموميين ولاسيما من ضوابط الوكالات المركزية؛
 - ن قياس ومكافأة الأفراد على أساس تلبية الأهداف؛
 - ن إتاحة الموارد البشرية والتكنولوجية التي يحتاجها المسيرون لأداء أنشطتهم بشكل فعال؛
 - ن إدراك المزايا التي قد تنتج عن المنافسة، وهنا يجب التأكيد على أنه ومن بين الأهداف الرئيسية للتسيير العمومي الجديد فتح المجال أما القطاع الخاص لتحقيق الأهداف العامة بدلا من الاقتصار في تحقيقها على القطاع العام.

ثالثا- خصائص التسيير العمومي الجديد ومبادئه:

انطلاقاً من تسعينات القرن الماضي وتماشياً مع سقوط المعسكر الشيوعي والاتجاه نحو القطبية الأحادية المرتكزة على الرأسمالية واقتصاد السوق، اتجهت العديد من الدول إلى محاولة التكيف مع متطلبات التسيير العمومي الجديد الذي اعتبر وقتها موجة العصر وسفينة النجاة لمنظمات القطاع العام، وعلى أثر ذلك ظهرت العديد من التجارب الرائدة والمميزة، الأمر الذي أدى بالباحثين إلى محاولة إرساء نموذج معياري يمكن الاسترشاد به في سبيل التحول نحو تحقيق متطلبات التسيير العمومي الجديد.

لكن، ورغم الاجتهادات والمحاولات العملية إلا أن نهاية القرن الماضي أكدت على فرضية أساسية مفادها أنه لا يمكن العمل بمقاربة واحدة، وإنما خصوصية البيئة تفرض منطقتها. وفي

هذا الصدد تؤكد دراسة (Lynn, 1998) على أنه من الخطأ اعتبار أن مفهوم التسيير العمومي الجديد قد يفرض نموذجاً أو شكلاً واحداً للتطبيق، بل هناك العديد من النماذج التي وإن تشابهت من حيث المبادئ إلى أنها قد تختلف في آليات التنفيذ، وذلك حسب المناخ العام، والإمكانيات، ومدى استجابة الأطراف الفاعلة في التطبيق مع محتوى وأبعاد النموذج المعتمد.³¹

وانطلاقاً مما سبق تحول الباحثون نحو العمل على طرح وتقديم خصائص التسيير العمومي الجديد ومبادئه، بدلا من العمل على بناء نماذج وتصورات قد تصطدم بالخصوصيات والمعوقات البيئية أثناء التنفيذ.

1- خصائص التسيير العمومي الجديد:

انطلاقاً من مفهوم التسيير العمومي الجديد حاول الباحثون تحديد معالمه من خلال شرح خصائصه، وفي هذا الصدد تجمع الدراسات المتخصصة على أن خصائص هذا التحول تظهر من خلال ثلاثة مجالات رئيسية وهي: تغيير في آلية الحكومة، وتغيير في نمط وأسلوب الإدارة، بالإضافة إلى تقليص دور الدولة.

§ **تغيير في آلية الحكومة:** يقوم التسيير العمومي الجديد أساساً على تغيير جذري في البناء الهيكلي للحكومة، ويضمن ذلك إعادة الهيكلة للأقسام والإدارة وإنشاء وحدات لتقديم الخدمات، بالإضافة إلى التأكيد على اللامركزية في السلطة والمسؤولية من خلال إعطاء الصلاحيات للمستويات الإدارية الدنيا، والأهم هو الفصل ما بين السياسة وتقديم الخدمات. وكذلك ينادى التسيير العمومي الجديد إلى تغيير في الثقافة التنظيمية، وتحسين الجودة، والاستجابة للزبائن والمشاركة الإدارية، والاتجاه نحو آليات السوق، واستخدام الموارد بأسلوب يتسم بالكفاءة.³²

ومثلاً، في مجال طبيعة دور المنظمات العمومية وعلاقتها بالمواطنين تبنت العديد من الدول أشكالاً معينة لميثاق المواطن، كميثاق مستخدمي الخدمات في بلجيكا، وميثاق مستخدمي الخدمات العمومية في فرنسا، وميثاق جودة الخدمة العمومية في البرتغال، وميثاق المواطن في المملكة المتحدة... الخ، والهدف الأساسي من هذه البرامج والمواثيق هو تحسين الخدمات العمومية بالنسبة للمواطنين، وتزويدهم بخيارات متعددة وإمدادهم بكافة المعلومات المتعلقة بالخدمات.³³

§ **التغيير في أسلوب الإدارة:** ويشمل على تبني القطاع العام لممارسات التسيير المطبقة في القطاع الخاص، وذلك من خلال التركيز على مؤشرات أساسية أهمها:³⁴

ن القيمة مقابل النقود؛

ن قياس الأداء والحوافز؛

ن خدمة العملاء؛

ن الربحية؛

ن تقليل العمالة؛

§ **تقليص دور الدولة:** وهنا يجب التأكيد على أن الدول يجب أن تسعى في ظل التسيير

العمومي الجديد إلى التركيز على العديد من المتطلبات، أهمها:³⁵

ن الاتجاه نحو التخصيص؛

ن تخفيض الموازنة العامة؛

ن تشغيل الخدمات بأسلوب تجاري؛

ن تخفيف القيود الحكومية على القطاعات الاقتصادية.

وفي هذا الصدد، تلخص دراسة (بن عيسى، 2013) خصائص التسيير العمومي الجديد

من خلال النقاط الآتية:³⁶

ن التركيز على النتائج من حيث الكفاءة والفعالية وجودة الخدمات؛

ن استبدال الهياكل التنظيمية الهرمية والمركزية الشديدة ببيئات تسييرية تعتمد أساسا

على اللامركزية، بحيث تكون عملية اتخاذ القرار بشأن تخصيص الموارد وتقديم

الخدمات أقرب إلى نقطة التسليم أو تقديم الخدمة، وهذا ما يوفر فرصا أكثر

للتواصل ومعرفة ردود أفعال المواطنين (العملاء) ومجموعة المصالح الأخرى؛

ن المرونة لاكتشاف البدائل، ولتوجيه الأحكام العامة والقواعد التي قد تعطي عوائد

أكبر لنتائج السياسة الفعالة؛

ن زيادة التركيز على الكفاءة في تقديم الخدمات المقدمة من قبل القطاع العام، والتي

تنطوي على وضع وتحديد الأهداف الإنتاجية، وخلق بيئة تنافسية داخل وبين

مؤسسات القطاع العام؛

ن تعزيز القدرات الإستراتيجية في المركز لتوجيه عملية تطور الدولة، مما يتيح لها

الاستجابة للتغيرات الخارجية والمصالح المتنوعة تلقائيا بمرونة وبأقل تكلفة.

2- مبادئ التسيير العمومي الجديد:

أكدنا سابقا على أنه من الصعب جدا تقديم نماذج جاهزة لتطبيق التسيير العمومي الجديد، والأصل هو تحديد مجموعة من المبادئ والتي على أساسها من جهة، ومتطلبات البيئة من جهة أخرى تبنى إستراتيجية وآليات التغيير المنشودة في القطاعات والمنظمات الحكومية.

وانطلاقا من هذا برزت العديد من النماذج التي حاولت تحديد مبادئ التسيير العمومي الجديد، والتي نذكر منها من جاء في مقالة للباحث (Hood, 1991) بعنوان: «الإدارة العامة لجميع الفصول»، والذي يعتبر من أبرز المهتمين بالموضوع على المستوى الدولي، حيث يؤكد من خلالها على مجموعة من المبادئ من أهمها:³⁷

ن التدريب العملي على تسيير محترف للمنظمات العمومية، ومن المتوقع أن تسهم هذه الفكرة على صعوبتها في تحقيق أكبر قدر من المساءلة؛

ن معايير وتدابير أداء واضحة، أي تعريف جيد لأهداف الأداء باستخدام نماذج مستحدثة وفعالة لمؤشرات الأداء، ومن المتوقع أيضا أن يعزز هذا المبدأ نظام المساءلة ويدعم تحقيق الكفاءة؛

ن زيادة التركيز على ضوابط الإنتاج، أي توجيه الموارد إلى المناطق وفقا لمقاييس الأداء، نظرا للحاجة إلى تأكيد النتائج بدلا من الإجراءات؛

ن التحول إلى تصنيف الوحدات في القطاع العام، أي تفتيت الوحدات الكبيرة وتمويلها بشكل منفصل؛

ن التحول إلى زيادة المنافسة في القطاع العام؛

ن الضغط نحو المزيد من الانضباط والتشفير في استخدام الموارد في القطاع العام، الأمر الذي يعني تخفيض التكاليف المباشرة، وتقليص العمالة، والانضباط، ومقاومة مطالب النقابات، والحد من الامتثال لتكاليف الأعمال.

وفي هذا الصدد أيضا تقترح دراسة (تيشات، 2015) مجموعة من المبادئ التي ترى بأنها تلخص فحوى وأهداف التسيير العمومي الجديد، وهي:³⁸

ن إدخال آليات السوق على القطاع الحكومي، وبالتالي إضفاء نوع من المنافسة ليس فقط بين المنظمات العمومية، وإنما أيضا بين القطاع العام والقطاع الخاص؛

ن تحويل أدوات وأساليب التسيير المطبقة في القطاع الخاص إلى القطاع العمومي، وذلك من أجل الاستفادة منها في ترقية الخدمات العمومية؛

ü يقوم التسيير العمومي الجديد على مفاهيم حديثة في نظم الإدارة والتسيير مثل: الأداء، الفعالية، المقاومة، الإبداع، والتعلم التنظيمي، وغيرها من المقاربات التسييرية التي تحمل في طياتها أفق تطويرية لآليات التسيير في المنظمات العمومية، على خلاف ما كان معتمدا فيها سابقا في ظل التسيير التقليدي البيروقراطي، والذي كان يقوم ضمن إطار تفوقعي كالمسؤولية، والمركزية، والسلطة العليا، والقواعد والإجراءات... الخ؛

ü الفصل بين الأهداف والقرارات الإستراتيجية والأهداف والقرارات العملية، وذلك على خلاف التسيير التقليدي أين كانت تتولى الهيئات السياسية مسؤولية وضع وتسيير استراتيجيات المنظمات العمومية الإدارية، مما يؤثر على عملية اتخاذ القرار ويحد من فعاليتها؛

ü التوجه نحو المواطن واعتباره زبونا يجب السعي نحو إرضائه، والعمل على تحسين علاقته بالدولة من خلال انفتاح المصالح الإدارية على المستخدمين والمتعاملين من خلال التقرب الدائم منهم، وجعلهم الأساس في عملية تصميم وأداء الخدمة العمومية، من خلال مراعاة احتياجاتهم وتطلعاتهم وخياراتهم كما هو الحال في منظمات الأعمال، أي إدخال الثقافة التسويقية في المنظمات العمومية الإدارية؛

ü ينادي التسيير العمومي الجديد باعتماد مرونة تنظيمية واسعة تجعل من عملية اتخاذ القرار داخل المنظمات والإدارات العمومية عملية تشاركية لا أحادية الجانب، على عكس النموذج التقليدي المستوحى من النظرية الفيزيائية القائمة على البيروقراطية، والتسيير الهرمي والتسلطي، والمركزية في اتخاذ القرارات.

والملاحظ أن مبدأ المشاركة الذي ينادي به التسيير العمومي الجديد له وجهين، حيث يظهر الوجه الأول من خلال المشاركة في تحديد الأهداف واتخاذ القرارات، أي اعتماد اللامركزية في المنظمات العمومية، الأمر الذي يضمن مرونة الاستجابة للتغيرات المفاجئة في المحيط، كما أن اللامركزية تعتبر عاملا محفزا للعاملين، إذ تتيح لهم نوعا من الحرية، مما يزيد من قدرتهم على المبادرة، خلافا للمركزية التي يقوم عليها النظام البيروقراطي. أما الوجه الثاني للمشاركة فيظهر من خلال إشراك المواطنين في عملية التسيير والرقابة على المرافق العمومية؛

ü يعتمد التسيير العمومي الجديد على الإدارة الموجهة بالنتائج (المخرجات)؛

ü يبنى التسيير العمومي الجديد على مبدأ التمايز، وهذا بسبب اختلاف البيئات التي تعمل فيها المنظمات حتى ولو كانت تمارس نفس النشاط؛

ن السعي إلى تحقيق الفعالية في الأجهزة الإدارية للدولة وتحسين أدائها من خلال ترشيد استعمال الموارد العمومية والتكشف في استخدامها، وهنا يجب أن نؤكد على أن الدولة مطالبة في هذا الصدد بالاتجاه نحو تسيير الإيرادات وتأمينها، بدلا من التسيير بمنطق إنفاق الأموال.

ن يجب أن لا تهتم وتركز الحكومة في مجال التسيير العمومي الجديد فقط على عرض الخدمات العمومية، وإنما على قدرتها وطاقاتها في تقديم الحوافز والمساهمة في جميع القطاعات؛

ن يقوم التسيير العمومي الجديد على مبدأ التنبؤ بالمشاكل ومحاولة تفاديها، وليس التسيير بمنظور معالجة المشاكل بعد حدوثها.

وخلاصة القول أن هذه المبادئ وإن اختلفت مصادرها إلا أنها تشترك في الأطر العامة، حيث تعتبر بمثابة خارطة الطريق لمشروع إحلال التسيير العمومي الجديد في المنظمات العمومية، الأمر الذي يتطلب معه المرور بالعديد من التحولات وبالأخص في الأفكار والممارسات الإدارية.

ثالثا- أهم التحولات في ظل التسيير العمومي الجديد:

يعبر التسيير العمومي الجديد عن فلسفة إدارية تحمل في طياتها العديد من التغيرات المحتملة على شكل وأسلوب ومحتوى العمليات الإدارية والاقتصادية داخل المنظمات العمومية، هذه الأخيرة التي اعتادت عبر تاريخها على ممارسات أصبحت تعرف على أنها الطابع المميز لها، لكنها اليوم أصبحت مطالبة بتغييرها أو على الأقل تعديلها للتكيف مع متطلبات التحول والمرحلة.

وفي هذا الصدد لا بد من الإشارة إلى أن التحولات التي قد تحدث في المنظمات العمومية جراء تبني فلسفة التسيير العمومي الجديد كثيرة ومن الصعب جدا حصرها وتحديدتها، لذا سنحاول إجراء تحليل مقارنة اعتمادا على ثلاثة مؤشرات أساسية، وهي: طبيعة التسيير العمومي الجديد مقارنة بالتسيير العمومي التقليدي، ومهام المسير في ظل التسيير العمومي الجديد مقارنة بمهامه في ظل التسيير العمومي التقليدي، بالإضافة إلى عرض محتوى بعض وظائف المنظمات العمومية في ظل التسيير العمومي الجديد.

1- الفرق ما بين التسيير العمومي الجديد والتسيير العمومي التقليدي:

كما أشرنا سابقا، يعتبر التسيير العمومي الجديد بمثابة ثورة على مبادئ وأسس التسيير العمومي التقليدي، محاولا بذلك نقل الممارسات الإدارية في المنظمات العمومية من الروتين والجمود إلى الحركية والمرونة، من أجل ضمان تكيف أفضل وفعال لها مع البيئة ومتطلباتها. وهنا لا بد من الإشارة إلى أن أهم مبادئ التسيير العمومي الجديد ليست أفكار جافة حملها الفكر الإداري، بل هي نتاج ممارسات أثبتت نجاعتها في إدارة الأعمال، والمطلوب اليوم هو تكييفها ونقلها للتطبيق داخل المنظمات العمومية لترقية أدائها، مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيتها وطبيعة أهدافها وتوجهاتها.

والجدول الآتي يوضح مقارنة أساسية بين التسيير العمومي التقليدي والتسيير العمومي

الجديد.

الجدول رقم (01): مقارنة ما بين التسيير العمومي التقليدي والتسيير العمومي الجديد.

عوامل المقارنة	التسيير العمومي التقليدي	التسيير العمومي الجديد
الهدف	احترام القواعد والإجراءات القانونية (المراسيم، المناشير، التعليمات... الخ).	التركيز على النتائج، إرضاء المواطنين (العملاء)، البحث عن الفعالية وتحسين الأداء.
التنظيم	مركزي (مركزية القرارات)، هيكل تنظيمي هرمي.	لا مركزية، تفويض الصلاحيات، هيكل تنظيمي شبكي.
الفصل بين المسؤوليات السياسية والإدارية	غامضة.	واضحة.
تنفيذ المهام	تقسيم العمل، التخصص.	مستقلة.
التوظيف	عن طريق المسابقات.	عن طريق التعاقد.
الترقية	الترقية في الدرجة، الترقية في الرتبة.	الترقية حسب الاستحقاق والأداء.
المراقبة	مؤشر المتابعة.	مؤشر الأداء.
نوع الميزانية	تركز على الوسائل.	تركز على النتائج.

المصدر: Amar, A.; & Berthier, L., Le Nouveau Management Public: Avantages et

Limites, En Ligne:

http://www.esen.education.fr/fileadmin/user_upload/Modules/Ressources/Themes/

risp_emotion_08/h_chomienne.pdf. Le : 02/02/2016.

من خلال الجدول رقم (01) نستنتج أن الفرق جوهري بين كلا النموذجين، وعليه فالانتقال إلى تطبيق التسيير العمومي الجديد يتطلب تغييرا هيكليا وجذريا، وهذا الأمر وإن كان صعبا خصوصا في البدايات إلا أنه ضروري، وهنا يجب أن نشير إلى العديد من الدول التي أصبحت فيها المنظمات العمومية بمثابة منظمات أعمال، حيث تنافسها بل وحتى تتفوق عليها. وفي هذا الصدد ينصح الكثير من الباحثين بإستراتيجية إعادة هندسة العمليات، والتي تعتبر حسب رأينا مناسبة لتحقيق متطلبات الانتقال الفعال نحو إحلال التسيير العمومي الجديد.

2- الفرق ما بين مهام المدير في ظل التسيير العمومي الجديد ومهامه في ظل التسيير العمومي التقليدي:

إن التحول نحو تطبيق مبادئ التسيير العمومي الجديد يفرض إعادة النظر في مفهوم ومهام المسير، والذي كان في ظل التسيير العمومي التقليدي مجرد منفذ ومتابع لتطبيق السياسيات والإجراءات والتعليمات، لكنه اليوم في ظل هذا التحول الجديد صار مطالبا بأن يكون أكثر انفتاحا ومبادرة وإبداعا، وهذا يحتاج أولا إلى تهيئة نفسية واقتناعا. بمشروع التسيير العمومي الجديد، بالإضافة إلى توفير المستلزمات البيئية المساعدة سواء أكانت مادية أو مالية أو معنوية. والجدول الآتي يوضح مقارنة أساسية من بين مهام المسير في ظل كلا النموذجين (التسيير العمومي التقليدي والتسيير العمومي الجديد).

الجدول رقم (02): مقارنة ما بين مهام المسير في ظل التسيير العمومي التقليدي ومهامه في ظل التسيير العمومي الجديد.

مهام المسير في ظل التسيير العمومي التقليدي	مهام المسير في ظل التسيير العمومي الجديد
تخطيط العمل وبرمجة السلوكيات المنتظرة.	إعطاء معنى للعمل مع تجسيد السلوكيات المنتظرة.
تقسيم العمل، وضبط المهام، وتنظيم الموارد.	تحديد المهام، وتوزيع المسؤوليات والموارد.
القيادة من خلال احترام القواعد وسلطة السلم الإداري.	التنشيط والتحفيز بواسطة الأهداف والقيم المشتركة.
مراقبة مدى احترام القواعد تشجيعا للطاعة والامتثال للأوامر.	مراقبة مدى تحقيق الأهداف المسطرة وتشجيع المبادرة والتجديد.
التركيز والتخصص والتعويض على أساس	تفويض المسؤوليات، والتعويض على أساس تقييم

الاستقامة.	الأداء والجهد المبذول.
✓ تأمين استقرار المنظمة.	✓ قيادة التغيير في المنظمة.

المصدر: Chomienne, H., le management dans les organisations

publiques, En Ligne:

http://www.esen.education.fr/fileadmin/user_upload/Modules/Ressources/Themes/risp_emotion_08/h_chomienne.pdf. Le : 02/02/2016.

من خلال الجدول رقم (02) نستنتج أن هناك فرقا جوهريا ما بين المسير في ظل التسيير العمومي التقليدي ونظيره في ظل التسيير العمومي الجديد، فالأول توجهه وتحكمه القواعد والإجراءات، ويميل دوما إلى تطبيق اللوائح والتعليمات القانونية، بينما الثاني وهو المنشود فتحكمه النتائج والأهداف، ويبحث دوما عن الممارسات الأكثر فعالية ويشجع عنها بعيدا عن منطق السلطة الإدارية والهرم الوظيفي. وهنا نؤكد على أن نجاح مشروع التسيير العمومي الجديد يتوقف على مدى إدراك المسير لطبيعة المهام والتحديات الملقاة على عاتقه، فبدون قناعته وانسجامه لا نتوقع نجاحا للتغيير المنشود.

3- محتوى وظائف المنظمات العمومية في ظل التسيير العمومي الجديد:

يحمل التسيير العمومي الجديد انطلاقا من مبادئه وخصائصه رؤية جديدة فيها العديد من التغييرات والتعديلات على وظائف المنظمات العمومية، وهذا الأمر جد ضروري خصوصا وأن المشكل الكبير الذي تعاني هذه المنظمات هو تعقد هياكلها التنظيمية وتشعبها وتضخم العاملين والوظائف فيها، وما ينجر عن ذلك من صعوبات مالية وتسييرية. والجدول الآتي يوضح أهم التغييرات التي ستطرأ على محتوى أهم وظائف المنظمات العمومية في ظل التسيير العمومي الجديد.

الجدول رقم (03): التغييرات التي تطرأ على محتوى بعض الوظائف بعد تطبيق التسيير العمومي الجديد.

الوظائف	التغييرات التي تطرأ عليها
الوظيفية الإستراتيجية	التسيير الموجه بالنتائج؛ الاعتماد على التخطيط الاستراتيجي؛ الفصل ما بين الوظائف السياسية والوظائف الإدارية؛ تطبيق النظام اللامركزي؛

استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الداخلية؛ تعميم عمليات تقييم الأداء (ثقافة الأداء)؛ تبسيط الإجراءات الإدارية.	
التخفيض من العجز؛ الموازنات التخطيطية؛ تحقيق شفافية أكبر في النظام المحاسبي (استعمال المحاسبة التحليلية يسمح بالمقارنة بين النتائج المتحققة والتوقعات).	الوظيفية المالية
تطوير التسويق العمومي (إجراء تحقيقات الرضا، صير الآراء، التشاور مع المستخدمين). استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الخارجية من أجل تفعيل الاتصال مع المواطنين.	الوظيفية التسويقية
تقليص حجم موظفي المنظمات العمومية الإدارية؛ تحسيس الموظفين بالمسؤولية وتحفيزهم على العمل (المكافأة حسب الأداء، مكافأة المردودية).	وظيفة إدارة الموارد البشرية

المصدر: Amar, A.; & Berthier, L., Le Nouveau Management Public: Avantages et Limites, En Ligne:

http://www.esen.education.fr/fileadmin/user_upload/Modules/Ressources/Themes/risp_emotion_08/h_chomienne.pdf. Le : 02/02/2016.

من خلال الجدول رقم (03) نستنتج أن وظائف المنظمات العمومية في ظل مشروع التسيير العمومي الجديد ستصبح أكثر عمقا وانفتاحا، وسيغلب عليها الطرح الاقتصادي والتسييري أكثر من الطابع القانوني والسياسي الذي كان يشكل الطابع المميز لها في ظل التسيير العمومي التقليدي. وهنا بالذات نؤكد على الوظيفة الإستراتيجية التي يجب أم تأخذ مكانا مميذا في ظل هذا المشروع وخصوصا في البدايات، حيث تعتبر مفتاح النجاح باعتبارها أداة استقراء وتحليل البيئة، كما لا ننسى ضرورة تكييف وظيفة الموارد البشرية مع المستجدات وضمان استعدادها التام للتعامل معها، حيث لا يمكن أن توقع نجاحا في إحلال برامج التسيير العمومي الجديد بدون موارد بشرية مؤهلة ومقتنعة لتحقيق متطلبات التغيير.

خاتمة:

إن المتأمل للحراك الاقتصادي والإداري يكتشف لا محالة أن قضايا إصلاح القطاع العام تحتل مراكز الصدارة ضمن اهتمامات الباحثين والمختصين، واللذين يجمعون على ضرورة إعادة النظر في هيكلية وتوجهات المنظمات العمومية لتواكب الإحداث والتغيرات المحلية والدولية. وانطلاقاً من هذا ظهرت العديد من التوجهات التي يعتبر من بينها استخدام التسيير العمومي الجديد (NPM) كأداة لترقية أداء المنظمات العمومية، وهو ما حاولنا معالجته من خلال مقالنا هذا الذي توصلنا من خلاله إلى العديد من الاستنتاجات والتوصيات، أهمها:

§ لا يمكن بأي حال من الأحوال التخلي أو تقليص الخدمات العمومية، وذلك بالنظر إلى الأعباء والمهام القديمة والجديدة الملقاة على عاتق القطاع العام والمنظمات العمومية، باعتبارها أداة رئيسية لتحقيق الضبط والتوازنات الاقتصادية والاجتماعية؛

§ تعاني المنظمات العمومية وبالأخص في الجزائر والدول العربية من مشاكل هجمة ساهمت بشكل كبير في ضعف أدائها، والتي نذكر من بينها:

ü تخلف النظم التسييرية والإدارية وعدم قدرتها على مواكبة متطلبات العصر والمرحلة؛

ü تضخم أعداد العاملين، واتساع الهياكل التنظيمية، وتعدد المراكز؛

ü ضبابية السياسات والاستراتيجيات أو حتى غيابها؛

ü عدم رضا المواطنين على طبيعة الخدمات المقدمة، وطريقة تقديمها من قبل المنظمات العمومية؛

ü شح الموارد المالية وخصوصاً مع أزمات انخفاض أسعار النفط ومشتقاته، واتجاه العديد من الدول ومن بينها الجزائر جراء ذلك إلى التقشف ومحاولة التخفيف من ضغط الموازنة العامة.

§ في إطار إصلاح القطاع العام وتفعيل أداء المنظمات العمومية ظهرت العديد من المداخل والاستراتيجيات أبرزها: نموذج إعادة اختراع أو تحديد الحكومة، نموذج إعادة هيكلية العمليات، بالإضافة إلى نماذج التسيير العمومي الجديد الذي يعتبر من أكثر المداخل تداولاً وشيوعاً في أدبيات الإصلاح والتنمية الإدارية؛

§ ظهر التسيير العمومي الجديد في الربع الأخير من القرن الماضي كنتيجة لبروز الدور الجديد للدولة، ولعل الأسباب التي أدت إلى شيوعه كثيرة وأهمها: ازدياد الحاجة إلى تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية لكن بآليات جديدة تختلف عن مفهوم الدولة ودورها في ظل الأنظمة الاشتراكية، هذا من جهة، وبسبب المشاكل والأزمات الكثيرة التي تعاني منها المنظمات العمومية من جهة أخرى، حيث أعتبر التسيير العمومي الجديد انطلاقة مما

- سبق أداة رئيسية وفلسفة جديدة هدفها تفعيل أداء المنظمات العمومية بمقاربات ومداخل هيكلية وتنظيمية جديدة؛
- § ترتكز فرضيات التسيير العمومي الجديد على أن المشكل الأساسي في المنظمات العمومية ليس في طبيعة أهدافها، بل يرجع إلى طرق تسييرها وإدارتها التي تعاني عددا من المشاكل ساهمت في تدني إنتاجيتها، وأهمها: البيروقراطية السلبية، والهياكل التنظيمية الجامدة، وعدم القدرة على التكيف البيئي؛
- § يرتكز مفهوم التسيير العمومي الجديد على محاكاة النجاحات الباهرة التي حققها القطاع الخاص بفضل مبادئ إدارة الأعمال، وذلك عن طريق محاولة فهمها وتكييفها من أجل تطبيقها في القطاع العام، وهنا نتكلم على استراتيجيات ومداخل عدة أهمها: الإدارة بالجوودة الشاملة، إعادة هندسة العمليات، ترشيح وتفكيك المنظمات، التصميم التنظيمي المعاصر، تمكين العاملين، التطوير الإداري... الخ؛
- § يعتبر خلق المنافسة من بين أهداف التسيير العمومي الجديد بسبب أثرها الكبير على الأداء، سواء بين المنظمات العمومية من جهة، وبينها وبين المنظمات الخاصة من جهة أخرى، وذلك عن طريق إشراك الأخيرة في تقديم الخدمات العمومية. هذا بالإضافة إلى تغيير النظرة تجاه المواطن الذي يعتبر حجر الأساس في الخدمات العمومية، من مجرد متلقي للخدمة إلى عميل بالمفهوم التسويقي الحديث، والذي ينجح على تحقيق رضاه بقاء المنظمات وازدهارها (عمومية أو خاصة)؛
- § يرتكز مفهوم التسيير العمومي الجديد على مجموعة من الخصائص والمبادئ التي وإن تشابهت إلا أن طريقة تطبيقها تختلف من بلد إلى آخر، ومن قطاع إلى آخر، وهنا نؤكد على أنه من الصعب محاكاة نماذج بعينها ومحاولة تطبيقها، بل الأصل هو أن ينطلق النموذج المستهدف من خصوصية البلد والبيئة، ومن تركيبة ومكونات القطاع العام والمنظمات العمومية من أجل أصلاحها وتفعيل أدواتها؛
- § في ظل التسيير العمومي الجديد تظهر الحاجة إلى العديد من التحولات في المنظمات العمومية، وهنا نؤكد بداية على ضرورة إعداد المسيرين وإقناعهم بفلسفة التسيير العمومي الجديد باعتبارهم حجر الأساس لتطبيقه، بالإضافة إلى ضرورة تعديل وظائف المنظمة لتناسب مع متطلبات التغيير المنشود، والأهم من هذا الأخذ بعين الاعتبار البعد الاستراتيجي لفلسفة التسيير العمومي الجديد، الأمر الذي يجعل من تحقيق النتائج والعوائد يرتبط بالمدى المتوسط والطويل.

الهوامش

- (1) شنوفي نور الدين، المناجحت العمومي، متاح على الخط:
<http://ouarsenis.com/vb//attachment.php?attachmentid=9718>, Le : 25/01/2016.
- (2) المرسي السيد حجازي، اقتصاديات المشروعات العامة: النظرية والتطبيق، مصر: الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 2004، ص: 29.
- (3) شنوفي نور الدين، مرجع سبق ذكره.
- (4) عبد المطلب عبد الحميد، التمويل المحلي، مصر: الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 2001، ص: 62.
- (5) هلاي محمد جمال، المحاسبة الحكومية، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2002، ص: 23.
- (6) CHAPUS, R., Droit Administratif Général, 15^{ème} Edition, France : Ed Montchrestien, 2001, p :608.
- (7) ثابت عبد الرحمان إدريس، المدخل الحديث في الإدارة العامة، مصر: الدار الجامعية للنشر والتوزيع، 2001، ص: 96 - 97.
- (8) شنوفي نور الدين، مرجع سبق ذكره.
- (9) عدمان مريزق، التسيير العمومي بين الاتجاهات الكلاسيكية والاتجاهات الحديثة، الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، 2015، ص: 69-71.
- (10) شنوفي نور الدين، مرجع سبق ذكره.
- (11) ديفيد أوزبزن وتيد غايلير، ترجمة: محمد توفيق البجيرمي، إعادة اختراع الحكومة: كيف تحول روح المغامرة القطاع العام، السعودية: مكتبة العبيكان، بدون سنة نشر، ص: 17.
- (12) فوغالي أحلام، التسيير العمومي الجديد وإصلاح البيروقراطيات الدولية: الأمم المتحدة ووكالاتها المتخصصة أمموزجا، رسالة ماجستير في العلوم السياسية تخصص: إدارة دولية، غير منشورة، الجزائر: جامعة الحاج لخضر بباتنة، 2013، ص: 24.
- (13) نفس المكان السابق.
- (14) Fowler, A., Gurus For Government : Lessonse From Management Gurus For Local Government Managers, UK : ICSA Publishing, 1997, p : 45.
- (15) فوغالي أحلام، مرجع سبق ذكره، ص: 25.
- (16) تيشات سلوى، آفاق الوظيفة العمومية الجزائرية في ظل تطبيق المناجحت العمومي الجديد بالنظر إلى بعض التجارب الأجنبية: نيوزلندا، وفرنسا، والولايات المتحدة الأمريكية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير

تخصص: تسيير المنظمات، غير منشورة، الجزائر: جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2015. ص: 128-129.

(17) عشور طارق، مقارنة التسيير العمومي الجديد كآلية لدعم وتعزيز تنافسية وكفاءة المنظمات الحكومية، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح بورقلة، العدد (01)، 2011-2012، ص: 110.

(18) نفس المكان السابق.

(19) نفس المرجع السابق، ص: 111.

(20) نفس المكان السابق.

(21) Bouckaert, G.; & Pollitt, C., Public Management Reform : A Comparative Analysis, USA : OUP Oxford, 1999, p :23.

(22) Favoreu, C., Réflexions Sur les Fondements de la Stratégie et du Management Stratégique en Milieux Public, En Ligne:

<http://www.strategie-aims.com/events/conferences/17-vieme-conference-de-laims/communications/1049-reflexions-sur-les-fondements-de-la-strategie-et-du-management-strategique-en-milieu-public/download>, Le : 23/01/2016.

(23) فوغالي أحلام، مرجع سبق ذكره، ص: 24.

(24) Dictionnaire suisse de politique sociale, En Ligne:

<http://www.socialinfo.ch/cgi-bin/dicoposso/show.cfm?id=326>. Le : 24/01/2016.

(25) Pesqueux, Y., Le « nouveau management public » (ou New Public Management), En Ligne:

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-00510878/document>. Le : 19/01/2016.

(26) Monks, J., La nouvelle gestion publique : boîte à outils ou changement paradigmatique ?, France : Les Nouveaux Cahiers de l'IUED/PUF, 1998, p : 78.

(27) Bernrath, W., Le Nouveau Management Public : (concept, situation en Wallonie, Quelques réflexions, visions et conclusions opérationnelles), Belgique : Revue OSF, 1998, p : 92.

(28) تيشات سلوى، مرجع سبق ذكره، ص: 131.

(²⁹) Hope, K, R., The new public management: context and practice in Africa, En Ligne:

http://www.ipmn.net/index.php/component/docman/doc_download/54-the-new-public-management-context-and-practice-in. Le : 25/01/2016.

(³⁰) عطار نادية، التسيير العمومي الجديد كأداة لتحسين القطاع العام: التجربة الجزائرية في مجال تفويض تسيير المياه، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية تخصص: تسيير المالية العامة، غير منشورة، الجزائر: جامعة أبو بكر بلقايد بتلمسان، 2015. ص: 83.

(³¹) Young, D, W.; & Padovani, E., Moving Toward the New Public Management Paradigm, En Ligne:

http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1389512. Le : 07/02/2016.

(³²) Androniceanu, A., New Public Management: a Key Paradigm for Reforming Public Management in Romanian Administration, En Ligne:

https://www.researchgate.net/publication/265271757_New_Public_Management_a_Key_Paradigm_for_Reforming_Public_Management_in_Romanian_Administrati on_New_Public_origin=publication_detail. Le : 09/02/2016.

(³³) Idem.

(³⁴) Idem.

(³⁵) Idem.

(³⁶) بن عيسى ليلي، الحكم الراشد أحد مقومات التسيير العمومي الجديد، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، الجزائر: جامعة محمد خيضر بيسكرة، العدد الرابع عشر، 2013، ص: 191.

(³⁷) Hood, C., A Public Management For All Season ?, Public Administration, UK : Royal Institute Of Public Administration, Vol.60, 1991, p :45.

(³⁸) تيشات سلوى، مرجع سبق ذكره، ص: 131 - 133.

التسويق الإلكتروني ودوره في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة مع الإشارة إلى حالة المؤسسات الجزائرية

د/ شارف نور الدين*

مخبر تطوير تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في الصناعات المحلية البديلة
جامعة الشلف - الجزائر

Résumé:

Le concept "e-marketing" a apparu lors du développement important qu'a connu les technologies de communication et d'information, et le recours des entreprises à ces technologies pour effectuer des activités de marketing, mais l'avènement de l'Internet et son évolution et l'augmentation continue du nombre d'utilisateurs, ont eu le plus grand impact sur le développement de cette nouvelle forme de marketing, et nous allons essayer dans cet article, de montrer comment profiter des applications d'e-marketing pour améliorer la capacité compétitive de l'entreprise, afin de répondre aux changements dans la structure de la concurrence aux niveaux local et mondial.

Mots clés: Internet, e-marketing, la capacité compétitive, les entreprises algériennes

مقدمة:

شهدت شبكة الإنترنت تطورا كبيرا مع بداية الألفية الثالثة، وازداد عدد مستخدميها بشكل كبير عبر العالم مما جعلها تستقطب اهتمام المؤسسات الباحثة عن أسواق بديلة في ظل المنافسة الكبيرة التي تشهدها الأسواق المحلية والدولية، وتزايد الاهتمام بموضوع التجارة الإلكترونية ومزاياها بالنسبة للمؤسسات واقتصاديات البلدان النامية بشكل كبير خلال هذه السنوات بالتوازي مع ظهور أنشطة تجارية داعمة لهذا النوع الحديث من التجارة كان أبرزها التسويق الإلكتروني.

* أستاذ محاضر ب، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الشلف، مابل

charefnouredine@yahoo.fr

وسنحاول من خلال هذه الورقة البحثية تبيان سبل الاستفادة من تطبيقات التسويق الإلكتروني في الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة من أجل مواجهة التغيرات التي يشهدها هيكل المنافسة على المستوى العالمي، كما سنحاول إبراز واقع وآفاق هذا النوع الحديث من التسويق في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية.

وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن الإشكالية التالية:

كيف يمكن أن يساهم التسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت في الرفع من القدرة التنافسية للمؤسسة الجزائرية؟.

ويندرج تحت هذه الإشكالية أسئلة فرعية كثيرة أهمها:

- ما هي أهم تطبيقات ومزايا التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت؟
- كيف يمكن توظيف التسويق الإلكتروني في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة؟
- ما هو واقع التسويق الإلكتروني في المؤسسات الجزائرية؟ .

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذا الموضوع إذا أخذنا في الحسبان الأمور التالية:

- انتشار شبكة الإنترنت والازدياد المستمر لمستخدميها؛
- التنبؤ المتواصل لنظام التسويق الإلكتروني من قبل الكثير من المؤسسات العالمية؛
- المزايا التنافسية الكبيرة التي يتيحها هذا النوع من التسويق للمؤسسات؛

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بالخصوص إلى تبيان ما يلي:

- تطبيقات المزيج التسويقي عبر شبكة الإنترنت؛
- سبل تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة من خلال التسويق الإلكتروني؛
- واقع وآفاق التسويق الإلكتروني في المؤسسات الجزائرية بشكل عام؛
- ولتغطية جوانب هذا الموضوع قدر الإمكان ارتأينا تقسيمه إلى المحاور الثلاثة التالية:
المحور الأول: أبعاد ومزايا التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت؛
المحور الثاني: دور التسويق الإلكتروني في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة؛
المحور الثالث: واقع التسويق الإلكتروني في المؤسسات الجزائرية،

المحور الأول: أبعاد ومزايا التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت؛

ظهر مفهوم التسويق الإلكتروني مع التطور الكبير الذي شهدته تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومحاولة المؤسسات تسخير هذه التكنولوجيا لأداء الأنشطة التسويقية، إلا أن ظهور شبكة الإنترنت وتطورها وزيادة المستمرة لعدد مستخدميها كان له الأثر الأكبر على نشاط التسويق.

أولاً: تعريف التسويق الإلكتروني

يعرف Badoc وزملاؤه التسويق الإلكتروني على أنه: "استعمال جميع التكنولوجيات المتاحة لرفع ربح المؤسسة عن طريق العمل من أجل إرضاء الرغبات الشخصية لكل عميل وبصفة إجمالية، دائمة، تفاعلية، وفي إطار أكبر قدر ممكن من الجوارية"¹. كما تم تعريف التسويق الإلكتروني بأنه "إدارة التفاعل بين المنظمة والمستهلك في فضاء البيئة الافتراضية من أجل تحقيق المنافع المشتركة"². بالإضافة إلى كونه: "تعبير عن مجموعة الأنشطة التسويقية التي تعتمد على الوسائط الإلكترونية وشبكات الحواسيب الآلية والإنترنت"³.

ومن التعاريف السابقة يمكن أن نستنتج أن التسويق الإلكتروني هو استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل عام والإنترنت بصفة خاصة لأداء الأنشطة التسويقية بهدف تعظيم ربحية المؤسسة وتحقيق الرغبات الشخصية للمستهلكين من خلال إرساء قواعد للتفاعل والجوارية بين المؤسسة وزبائنها.

ويستعمل الكثير من الكتاب مصطلح التسويق الإلكتروني للدلالة على التسويق عبر الإنترنت، باعتبار أن المصطلحين مترادفين برغم اختلافهما، فالتسويق عبر الإنترنت في الحقيقة جزء من التسويق الإلكتروني، يعبر عن تلك الأنشطة التسويقية التي تعتمد على الإنترنت تحديداً، وإن كان هو الأكثر شيوعاً حالياً نظراً للتنامي المتزايد في استخدامات شبكة الإنترنت⁴.

ثانياً: متطلبات التسويق الإلكتروني الفعال

حتى تنجح عملية التسويق الإلكتروني وتكون فعالة، فإنه ينبغي أن يتوفر فيها عدد من العناصر ومنها⁵:

1. **تحقيق المنفعة للزبون:** ينبغي أن تسعى المؤسسة إلى تحقيق منفعة كافية وواضحة من خلال طرح المنتج عبر الإنترنت، إذ يترتب على مستوى هذه المنفعة قرار الزبون بتكرار عملية الشراء. ولذلك ينبغي أن يتضمن محتوى المتجر الإلكتروني، جميع الخدمات التعزيزية التي تستجيب لرغبات الزبون،

التسويق الإلكتروني ودوره في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة مع الإشارة إلى حالة المؤسسات الجزائرية
د. شارف نور الدين

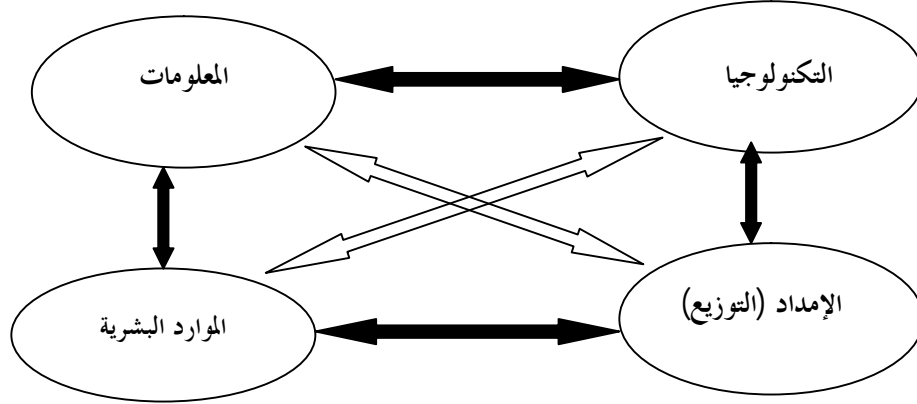
2. **تحقيق التكامل مع جميع أنشطة الأعمال الإلكترونية:** ينبغي أن تسعى المؤسسة إلى تحقيق التكامل بين التسويق الإلكتروني وبقية أنشطة الأعمال الإلكترونية المرتبطة به والتي منها نظم الدفع عبر الإنترنت ونظم الحماية والأمن للموقع، وأنشطة تدريب العمال والموظفين على استخدام تكنولوجيا المعلومات واستغلال شبكة الإنترنت؛

3. **القدرة على عرض محتويات المتجر الإلكتروني في صورة فعالة:** ينبغي عرض محتويات المتجر الإلكتروني ضمن موقع الويب بصورة تلائم الطبيعة الجديدة للأعمال ، فهذا العرض يختلف تماما عن عرض المنتجات في نظام التسويق التقليدي،

4. **البناء البسيط والابتكاري لموقع المتجر الإلكتروني:** ينبغي بناء الموقع الإلكتروني بصورة بسيطة وابتكارية، تسهل للزبون الحصول على البيانات والمعلومات وإجراء عمليات التبادل والتفاعل.

والتسويق الإلكتروني يركز على أربعة متغيرات تسييرية أساسية وضرورية ، تشكل مجتمعة المبادئ القاعدية للتسويق الإلكتروني، وذلك حسب الشكل التالي:

الشكل رقم (01) : المبادئ القاعدية للتسويق الإلكتروني



Source : Michel Badoc, Bertrand Lavayssière, Emmanuel Copin, op cit, p. 75.

أ- التكنولوجيا

تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصال عامة وشبكة الإنترنت بصفة خاصة البنية القاعدية للتسويق الإلكتروني، والتطورات الكبيرة التي شهدتها هذه التكنولوجيا في السنوات الأخيرة تعتبر سبب ظهور التسويق الإلكتروني كنشاط داعم للتجارة الإلكترونية؛

ب- المعلومات

تشكل المعلومات موردا كبيرا للتطوير، والتسويق الإلكتروني بدون تسيير جيد للمعلومات لا يمكنه خلق القيمة للزبون والربح للمؤسسة، فالتحكم في هذا المورد يشكل عنصر مهم لتلبية حاجات الزبائن بصفة مشخصة (personnalisée)؛

ت- الموارد البشرية

تشكل الموارد البشرية مع الزبائن ثروة المؤسسة، وإذا كان التسويق التقليدي يولي أهمية متواضعة لهذا العنصر، فإنه في ميدان التسويق الإلكتروني يشكل عامل ذو أهمية بالغة لضمان النجاح؛

ث- الإمداد (التوزيع)

وهو عنصر هام يرهن نجاح التسويق الإلكتروني، لأن ضعف خدمات الإمداد من شأنه أن ينقص من جدوى الجهود المبذولة لخلق التفاعلية والجوارية مع الزبون.

ثالثا: مزايا وعيوب التسويق الإلكتروني

أداء الأنشطة التسويقية عبر شبكة الإنترنت يوفر للمؤسسة الكثير من المزايا، إلا أنه لا يخلو من بعض العيوب التي ترافق دائما استخدام التكنولوجيا الحديثة، ومن أهم مزايا التسويق الإلكتروني عبر شبكة الانترنت بالنسبة للمؤسسة نذكر:

- 1) نظام تسويقي معلوماتي لا نظير له من حيث السرعة في الحصول على البيانات ونقل المعلومات مما حسن من جودة العملية التسويقية⁶؛
- 2) تنوع المنتجات المعروضة للبيع: يمكن للمؤسسة أن تعرض تشكيلة واسعة من منتجاتها وبأقل قدر من المخزون؛
- 3) تفاعل أفضل مع العملاء: تمكن الإنترنت من الاتصال التفاعلي مع العملاء وبأقل التكاليف والاتصال التفاعلي يساعد في الإقناع وتحقيق الرضا للعميل؛
- 4) توسيع قاعدة العملاء: تساعد الإنترنت في الوصول إلى الزبائن المحتملين في أي مكان من العالم والتعامل المباشر معهم من دون الحاجة إلى وسطاء؛

(5) تخفيض التكاليف التسويقية بشكل كبير قياسا بالعمليات التقليدية الحاصلة بين طرفي العملية التسويقية.⁷

رابعا: المزيج التسويقي عبر شبكة الإنترنت

1- خصائص المنتج عبر الإنترنت

المنتج يعتبر محور عملية التبادل والعنصر الرئيسي في المزيج التسويقي، ولقد صاحب التطور في تكنولوجيا المعلومات عامة والإنترنت بصفة خاصة تغير كبير في مفهوم وأبعاد المنتج، وفي سرعة تطوير هذا الأخير.

ويختلف المنتج المطروح للبيع على شبكة الإنترنت عن غيره من المنتجات المعروضة في السوق التقليدية، فهو يتميز بخصائص مرتبطة بطبيعة شبكة الإنترنت، وأهم هذه الخصائص ما يأتي⁸:

§ بإمكان المشتري عبر الإنترنت أن يشتري المنتج الذي يريده من أي مؤسسة في العالم، بغض النظر عن مكان تواجد المؤسسة أو عن وقت الشراء باستثناء المنتجات التي لا تباع على الشبكة؛

§ بموجب نظم التسليم ونظم الدفع المتوفرة على الإنترنت، فإن المشتري عبر الإنترنت يتسلم البضاعة المشتراة بسرعة كبيرة مقارنة بسرعة التسليم في التجارة التقليدية، وتكون هذه السرعة أكبر في حالة التجارة الإلكترونية الكاملة؛

§ مستوى توفر المعلومات عن المنتج يلعب دور أساسي في نجاح المنتج على الإنترنت؛
§ عدد المنتجات على الإنترنت كبير جدا، كما أنها قد تتشابه، إلا أن هذه الوفرة لا تؤدي بالضرورة إلى خفض الأسعار؛

§ تلعب العلامة التجارية دور كبير في نجاح المنتج على الإنترنت، فهي الهوية التي تميزه وتسهل وصول المشتري إليه في ظل تجارة إلكترونية افتراضية؛

§ مدة تصميم وتطوير المنتج الجديد على الإنترنت قصيرة جدا، إذ يجري جمع المعلومات الخاصة باحتياجات الزبائن وأذواقهم بصورة سريعة، ومن ثم لا يكون هناك مدة طويلة بين رصد واستكشاف حاجات الزبائن وتلبية هذه الحاجات في صورة منتج جديد.

وإذا كان السوق التقليدي يفرض على المؤسسات العمل على تطوير منتجاتها بشكل مستمر يتمشى وتغيرات رغبات الزبائن، فإن السوق الإلكتروني يتطلب تطوير المنتج بشكل أسرع وأكثر ديناميكية نظرا لما يتميز به هذا السوق من تغير سريع في تفضيلات الزبائن وكثرة المنتجات المعروضة للبيع.

أما بالنسبة للتسويق الإلكتروني للخدمات، فهذه الأخيرة تأخذ النصيب الأكبر من حجم الأعمال الإلكترونية على شبكة الإنترنت، ويعود هذا إلى واقع الاقتصاد بشكل عام والذي أصبحت الخدمات تشكل القسم الأكبر منه. وأتاحت شبكة الإنترنت إمكانية الحصول على الخدمات الإلكترونية المطلقة، ويقصد بها تلك الخدمات التي يمكن للعميل الحصول عليها دون أي اتصال مادي مع المزود، حيث تتم كافة العمليات المترتبة على إنتاج الخدمة وتوصيلها وما بعدها بالوسائل الإلكترونية حصرياً⁹. ومن أهم أصناف الخدمات التي تلقى رواجاً على شبكة الإنترنت نجد: الخدمات الإعلامية، الخدمات المصرفية، الخدمات التعليمية، الخدمات الاستشارية... الخ.

2- تسعير المنتجات المباعة عبر الإنترنت

تتسم عملية تسعير المنتجات التي تباع عبر الإنترنت بأنها عملية ديناميكية ومرنة وغير ثابتة، فالأسعار قد تتغير يومياً، وأحياناً قد تتغير في اليوم الواحد، والكم الهائل من المنتجات المعروضة على الشبكة تخلق حالة قوية من المنافسة السريعة. وهذه المرونة في عملية التسعير الإلكتروني، تمكن المؤسسة من زيادة أرباحها عبر أساليب عديدة منها¹⁰:

§ الدقة في تحديد مستويات الأسعار

وهذه الدقة ناجمة عن قدرة المؤسسة في الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لوضع إستراتيجية التسعير المناسبة، وهذه الدقة تمكن المؤسسة من استهداف أسواق معينة بشكل أكثر فعالية، كما أن توفير المعلومات الكافية حول المنتج من شأنه ضمان نجاح المؤسسة في وضع السعر المناسب الذي يحقق أهداف المؤسسة؛

§ الاستجابة السريعة للتغيرات السوقية

إن التسعير الإلكتروني عبر الإنترنت يمكن المؤسسة من التكيف السريع مع تغيرات السوق مثل: التغير في مستويات أسعار المنافسين، التغير في الظروف الاقتصادية للأسواق، ومنافسة المنتجات البديلة... الخ).

§ تجزئة الأسعار

وهذه أكبر ميزة للتسعير الإلكتروني عن طرق التسعير التقليدية، فالمؤسسة العاملة على الإنترنت لا تعتمد نفس السعر بالنسبة لكل الزبائن، بل تلجأ إلى جمع البيانات والمعلومات عن القطاعات السوقية المختلفة التي تستهدفها وتحدد سعر مناسب لكل فئة،

فالزبائن ينظرون إلى المنتج من زوايا مختلفة وتتفاوت القيمة المحققة من المنتج لكل منهم، مما يجعلهم مستعدين لدفع أسعار متباينة مقابل الحصول على المنتج.

§ التسعير باستخدام مزادات الإنترنت

انتشر أسلوب المزادات بشكل كبير على شبكة الإنترنت، حيث يتم تجميع أعداد كبيرة من المشترين والبائعين لكل صنف من المنتجات، وتباع المنتجات عند السعر الذي يقبل به الطرفين، ويتمكن المشترون من كسب خبرات واسعة عن أسعار المنتجات المختلفة، كما تتمكن المؤسسات من تصريف كميات كبيرة من المنتجات وبأسعار مناسبة.

3- توزيع المنتجات المباعة عبر الإنترنت

يحظى نشاط التوزيع بأهمية خاصة في المزيح التسويقي، فهو يلعب دورا بارزا في خلق المنفعة الزمنية والمكانية للمستهلك، وطبيعة التجارة الإلكترونية أثرت على أنظمة التوزيع التقليدية بشكل كبير، خاصة في ما يتعلق بإلغاء الكثير من أشكال الوساطة التي كانت تلعب دورا كبيرا في إيصال المنتج إلى المستهلك.

كما أن التسويق الإلكتروني قدم منظورا جديدا لسوق إلكترونية يكون التفاعل فيها بين طرفي عملية التبادل دون الحاجة إلى وسطاء، الأمر الذي أدى إلى بروز مصطلح "اللاوساطة" (Disintermediation)، كما قدم التسويق الإلكتروني نوعاً مبتكراً من الوسطاء والذين يطلق عليهم وسطاء المعرفة الإلكترونية (Cybermediaries)، وهي منظمات تعمل لتسهيل عملية التبادل بين المنتجين والعملاء حيث يقومون بدور مزودي خدمة تجارية¹¹.

ويختلف أسلوب التوزيع للمنتجات المباعة على الإنترنت باختلاف نوع المنتج وطبيعته، وذلك على النحو التالي:

§ توزيع السلع المادية: تجري عملية بيع وترويج السلع المادية عبر الإنترنت، أما توزيعها

فيكون من خلال الاعتماد على نظم التوزيع التقليدية والتي تمر بمرحلة الشحن ثم النقل وأخيرا التسليم، وقد تتكفل المؤسسة بوظيفة التوزيع بنفسها إذا كانت لها الإمكانيات اللازمة، إلا أنه في غالب الأحيان توكل هذه الوظيفة إلى طرف ثالث وهي مؤسسات متخصصة في عملية الشحن والتسليم، كما يمكن للمشتري عبر الشبكة أن يحدد طريقة التسليم التي يرغب فيها .

وهنا نلاحظ استبدال الوسطاء التقليديين (تجار الجملة، تجار التجزئة، الموزعون) بوسطاء جدد هم مؤسسات البريد السريع ومؤسسات التوزيع للمنتجات المباعة عبر الإنترنت ومؤسسات أخرى توفر خدمات الإمداد للتجارة الإلكترونية؛

5 توزيع المنتجات الرقمية: بسبب طبيعة المنتجات الرقمية فإن هناك إمكانية لتحقيق تجارة إلكترونية كاملة عبر الإنترنت، ويجري التوزيع بأساليب كثيرة منها:

- **التوزيع عبر موقع المؤسسة مباشرة:** عن طريق السماح للمشتري بالحصول على الخدمة المطلوبة عبر كلمة سر يحصل عليها بعد أن يدفع الثمن المطلوب من خلال أحد أساليب الدفع المتاحة على الشبكة، ومن أمثلة هذه الخدمات: الخدمات الصحية، خدمات التعليم، مشاهدة بعض الوثائق والبرامج والأفلام؛
 - **التوزيع بأسلوب التحميل:** أي أن المشتري يقوم بتحميل المنتج الرقمي المشتري إلى حاسوبه الخاص بعد أن يدفع الثمن المطلوب، ومن أمثلة هذه المنتجات البرامج وملفات الصوت والصورة؛
 - **التوزيع المختلط:** وهو التوزيع الذي يجري جزء منه بصورة إلكترونية على الشبكة وجزء آخر يكون في العالم الواقعي، ومن أمثلة ذلك خدمة حجز الفنادق حيث أن المشتري يختار الفندق ونوع الغرفة ويقوم بالتسديد ولكن يحصل على الخدمة الفعلية في العالم الواقعي؛
 - **التوزيع عن طريق البريد الإلكتروني:** يستخدم البريد الإلكتروني بصورة كبيرة في عمليات التوزيع للمنتجات التي تباع عبر الإنترنت، فهذا البريد يستعمل لإرسال الطلبات ولاستلام الإشعارات التي تفيد أن المؤسسة تلقت طلب العميل، كما يستعمل أيضا للاستعلام عن المرحلة التي وصلت إليها عملية التسليم.
- وهناك وجهة نظر قوية بأن قنوات التوزيع الإلكترونية ستأخذ تدريجيا مكان قنوات التوزيع المعتمدة على المتاجر فيما يخص الكثير من السلع والخدمات، فقنوات التوزيع المعتمدة على المتاجر تنمو بنسبة النمو الطبيعي للسكان (2 % غالبا) بينما تنمو القنوات الإلكترونية بنسبة أكبر قد تصل إلى الرقمين¹².

4-الترويج الإلكتروني عبر الإنترنت

لا تقتصر وظيفة التسويق على تطوير المنتجات وتسعيرها والعمل على إيصالها إلى المستهلك عن طريق قنوات التوزيع، بل تعداها إلى الاتصال بالمستهلك وإعلامه بكل جديد

يخص المنتج وطرق الحصول عليه، ذلك أن الأسواق تشهد تزايدا كبيرا لعدد المنتجات المعروضة مما يصعب عملية وصول المستهلك إلى المنتج، وفي العالم الافتراضي تزداد هذه الصعوبة حدة نظرا لطبيعة شبكة الإنترنت التي تحتم على المستهلك أن يبحث بنفسه عن المنتجات التي تناسبه وسط العدد الهائل من المواقع التجارية المتخصصة، وتأتي وظيفة الترويج هنا لتذليل هذه العقبات وتحقيق المنفعة المشتركة لطرفي التبادل (المؤسسة والمستهلك).

وباعتباره شكلا من أشكال الاتصال، فإن الترويج يعتبر أكثر عناصر المزيح التسويقي تأثرا بنمو شبكة الإنترنت، لما توفره هذه الأخيرة من إمكانيات كبيرة للاتصال الفوري والتفاعلي على نطاق عالمي.

وتعد ممارسة الأنشطة الترويجية عبر شبكة الإنترنت مسألة حديثة نسبيا وقد كانت بدايتها الحقيقية بعد عام 1994، أما قبل ذلك فقد كانت محاولات استغلال شبكة الإنترنت في الترويج تتعرض إلى الرفض الشديد من قبل المشرفين على تنظيم شبكة الإنترنت وتطويرها.

لكن بعد عام 1994، كان هناك تفهم أكثر لاستخدام الشبكة في الأنشطة التجارية خصوصا بعد تدخل القطاع الخاص باستثمارات كبيرة جدا في تحسين وتطوير أداء الشبكة، وعلى سبيل المثال فقد قاربت نفقات الإعلان على الإنترنت خلال سنة 1995 الـ 40 مليون دولار وتجاوزت 200 مليون دولار عام 96 وبحلول الألفية الثالثة فإن نفقات الإعلان على الإنترنت أصبحت بمئات الملايير الدولارات وهي في زيادة مستمرة¹³.

وتعتمد المؤسسات على عدة أساليب للاتصال بزبائنها المستهدفين، وتمزج بين هذه الأساليب لتشكيل مزيح الاتصالات التسويقية أو ما يسمى أحيانا بالمزيح الترويجي. وستناول فيما يلي طبيعة كل من هذه الأساليب الاتصالية على شبكة الإنترنت:

أ- الإعلان عبر الإنترنت

يعتبر الإعلان أكثر الوسائل الترويجية المستعملة من قبل المؤسسات والمعروفة لدى الزبائن، وحركة النشاط الإعلاني على شبكة الإنترنت في تحسن وتطور مستمر، ويزداد حجم هذا النشاط عاما بعد عام ويزداد بصورة متسارعة عدد المؤسسات التي تعتمد هذه القناة العالمية لنشر إعلاناتها والترويج لمنتجاتها، وذلك لأن الإعلان على الإنترنت يتمتع بمزايا لا تتوفر في الإعلانات التقليدية وأهم هذه المزايا¹⁴:

§ بإمكان الزبون الحصول على بيانات ومعلومات تفصيلية عن المنتج إذا أراد ذلك؛

§ إذا اقتنع الزبون بالمنتج فإن بإمكانه القيام بعملية الشراء والتسديد مباشرة على موقع المؤسسة واختيار طريقة التسليم؛

§ بسبب طبيعة الإنترنت، فإن مدة مشاهدة الإعلان والتأثر به وصولاً إلى إجراء عملية الشراء هي مدة قصيرة جداً؛

§ القدرة العالية للإعلان عبر الإنترنت في الحصول على بيانات ومعلومات التغذية العكسية؛

§ القدرة العالية على استهداف قطاعات واسعة جداً من المستهلكين في الأسواق العالمية؛

§ إمكانية إجراء التعديلات والتغييرات على محتوى النص الإعلاني بصورة سريعة جداً. ومن أشهر وسائل الإعلان على شبكة الإنترنت، الأشرطة الإعلانية وأسلوب الرعاية الإعلانية.

- **الأشرطة الإعلانية:** وهي أكثر أشكال إعلانات الويب شيوعاً وانتشاراً اليوم، فمستخدمو الإنترنت يرون مثل هذه الإعلانات في كل مكان على الويب على الرغم من الجدل المستمر المثار حول فاعليتها.

- **أسلوب الرعاية الإعلانية:** يقضي هذا الأسلوب بأن تسمح إدارة الموقع الإلكتروني لإحدى المؤسسات التي ترغب في الإعلان عن نفسها برعاية هذا الموقع أو برعاية جزء منه يرتبط بنشاطها، وغالباً ما تكون الرعاية الإعلانية على شكل صورة تحمل العلامة التجارية للمؤسسة الراعية، وتكون هذه الصورة عبارة عن ارتباط تشعبي تقود عملية النقر عليه إلى الصفحة الرئيسية لموقع المؤسسة الراعية.

ب- ترويج المبيعات عبر الإنترنت

يقصد بترويج (تنشيط) المبيعات كافة الأساليب غير المعتادة في عملية الترويج، والتي لا تدخل ضمن الإعلان أو البيع الشخصي، مثل استخدام العينات، النماذج المجسمة، إقامة المعارض التجارية، إقامة المسابقات، تخفيض الأسعار، الخ، وتجد الكثير من هذه الأساليب تطبيقاتها في العالم الافتراضي.

وتتضاعف أهمية تنشيط المبيعات على الخط عندما تتزامن مع الإعلان عبر الإنترنت، وربما لهذا السبب تلجأ معظم المؤسسات إلى الموازنة بين هذين الأسلوبين لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الزائرين لمواقعهم الشبكية¹⁵.

وتساهم أساليب تنشيط المبيعات على شبكة الإنترنت في تزويد المؤسسة بقائمة كبيرة لعناوين البريد الإلكتروني الخاصة بالزبائن الذين زاروا الموقع وشاركوا في الحملات الترويجية

والمسابقات، حيث تعرض المؤسسة استمارة معلومات على الخط يتم ملأها من قبل الزائرين ليتم توجيهها فيما بعد إلى قاعدة البيانات الخاصة بالمؤسسة، وتستغل المؤسسات هذه البيانات الشخصية في توطيد العلاقة مع زبائنهم وإرسال البريد الإلكتروني الذي يحمل مضامين ترويجية.

ج- البيع الشخصي عبر الإنترنت

يرى بشير العلق أن البيع الشخصي باعتباره وسيلة شخصية فإنه لا يتلاءم مع طبيعة الإنترنت التي تعتبر وسيلة غير شخصية¹⁶. أما طارق عبد العال فيرى أن تمكين العملاء من عمل الطلبات إلكترونياً من شأنه أن يعظم إمكانية البيع، إلا أنه لا يجب إرغام العملاء على هذا الأمر، لأن الكثير منهم ما يزال متخوف من إعطاء أرقام بطاقته الائتمانية عبر الإنترنت¹⁷.

ومن جهة أخرى، قامت الكثير من المؤسسات الرائدة بتزويد رجال البيع لديها بحواسيب محمولة وهواتف نقالة من أجل زيادة إنتاجيتهم، لأنها ببساطة لا تريد أن يضع رجال البيع لديها الوقت في الكتابة والبحث، بل يجب أن يحظى نشاط البيع بأغلب وقتهم¹⁸. ومنه فإن أتمتة العمل التجاري لا تعني بالضرورة إلغاء البيع الشخصي، بل على العكس من ذلك فإن شبكة الإنترنت وما توفره من مزايا للاتصال الشخصي، يمكن أن تدعم هذا النوع من البيع عن طريق التحضير المسبق لعملية البيع من خلال ربط اتصال بين البائع والمشتري يمكنهما من إجراء اتفاق أولي حول نوعية المنتج وطرق التسليم وإجراء عملية الدفع إلكترونياً، وهذا يصب في مصلحة الطرفين من حيث أنه يمكن من توفير الكثير من الوقت الذي كانت تستغرقه عملية البيع الشخصي بالطرق التقليدية.

د- العلاقات العامة عبر الإنترنت:

تشير العلاقات العامة إلى كافة الجهود الترويجية الهادفة لبناء علاقات جيدة مع جماهير المنظمة، من خلال نشر أخبار إيجابية عنها أو تحسين صورتها الذهنية لدى تلك الجماهير، ومنع أو معالجة الإشاعات والأخبار السلبية عنها¹⁹. ويمكن للمؤسسة أن تستغل الإمكانيات التي تتيحها منتديات النقاش (Forum de Discussion) لإقامة علاقات مع زبائنهم وتحسين صورتها من خلال التعرف أكثر على آرائهم ومواقفهم من نشاطات المؤسسة.

ومنتديات النقاش أكثر تخصصا حيث تجمع بين عدد محدود من الأفراد، وغالبا ما تختص لإدارة شخص واحد (منسق) يعمل على ضبط المواضيع الواردة في لائحة النقاش وتوجيهها، وهذه وسيلة لاستبعاد المواضيع غير المستحبة من قبل المشاركين²⁰.

ويستحسن أن تقوم المؤسسة بإنشاء منتديات للنقاش على موقعها على الإنترنت وأن تستعين بمتطوعين لإدارة النقاش، ويمكنها أن تكافئهم لقاء قيامهم بعمل التنسيق، لكن يتوجب مساعدتهم وإعطائهم ضوابط التحرير وسبل تغيير مسار النقاش إذا تطلب الأمر، مع تجنب الضغط على المتناقشين كي يعبروا عن آرائهم كما يريدون²¹.

كما يمكن للمؤسسة أن تستغل أحداث هامة كالمناسبات والأعياد، لإثراء موقعها بالمعلومات من أجل العمل على تشكيل مجتمع إنترنت خاص بها يتكون من العملاء الحاليين والمحتملين، ويلعب تصميم الموقع ومحتواه هنا الدور الأكبر في ضمان نجاح مثل هذه السياسات التي تدخل في صميم العلاقات العامة للمؤسسة.

المحور الثاني: دور التسويق الإلكتروني في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة

تعرف القدرة التنافسية للمؤسسة على أنها: "القدرة على إنتاج السلع الصحيحة والخدمات بالتنوع الجيدة وبالسعر المناسب وفي الوقت المناسب، وهذا يعني تلبية حاجات المستهلكين بشكل أكثر كفاءة من المنشآت الأخرى"²².

كما تعرف القدرة التنافسية للمؤسسة على أنها: "قدرتها على تحقيق أداء أعلى من متوسط الأداء المحقق من طرف منافسيها، وعلى المدى القصير تعني القدرة التنافسية للمؤسسة حصولها على حصة سوقية أكبر"²³.

وعليه يمكن إعطاء تعريف للقدرة التنافسية للمؤسسة على أنها مجموع الإمكانيات والمهارات التي تحوزها المؤسسة والتي تمكنها من تحقيق رغبات المستهلكين بشكل أفضل من منافسيها، مما ينعكس إيجابا على حجم حصتها السوقية.

كما نشير إلى أن القدرة التنافسية مفهوم نسبي وديناميكي، بحيث لا يمكن للمؤسسة أن تكون منافسة بصفة نهائية وإنما هي كذلك في زمن ومحيط اقتصادي معين، وعليها أن تعمل دوما من أجل الحفاظ على قدرتها التنافسية لضمان بقاءها.

ويمكن للمؤسسة استغلال وتوظيف التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت لزيادة قدرتها التنافسية في ظل اشتداد حدة المنافسة في الأسواق المحلية والعالمية، إلا أن هذا يتطلب من المؤسسة جهد كبير وعمل مستمر ودراية كاملة بالتطورات التي يشهدها ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل عام وميدان الإنترنت بشكل خاص.

ومن أهم المجالات التي يبرز فيها بشكل واضح إسهام التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت في تنمية القدرة التنافسية للمؤسسة نذكر على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

أولاً: تعزيز فرص نجاح مشروع التجارة الإلكترونية للمؤسسة

يتزايد حجم التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت بشكل كبير مع التزايد المتواصل لعدد مستخدمي الإنترنت، وبإمكان المؤسسة التي تتبنى مشروع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت أن تزيد من حصتها السوقية من خلال معاملاتها التجارية في السوق الافتراضي، إلا أن نجاح مشروع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت لأي مؤسسة مرهون بمدى فعالية أنشطة التسويق الإلكتروني التي تستهدف عملائها وموزعيها وحتى شركائها.

وإذا كان نجاح التجارة التقليدية مرهون بوجود إستراتيجية تسويقية فعالة، فإن نجاح التجارة الإلكترونية أيضاً مرتبط بتبني إستراتيجية تسويقية عبر شبكة الإنترنت تدعم هذا النوع الجديد من التجارة وتتواءم معه، ويرى بعض الباحثين في هذا المجال أن الحل الأمثل هو العمل على دمج وتكامل الإستراتيجيتين معاً، وذلك من أجل المزاوجة أو المواءمة ما بين التأثير العاطفي للتسويق التقليدي وبين النشاط أو التفاعل المتبادل والخدمة الحقيقية التي تقدمها الإنترنت.

ثانياً: إسهام التسويق الإلكتروني في تنمية علاقة المؤسسة مع عملائها

لقد أصبحت مسألة التوجه بالمستهلك من المحاور الكبرى لاستراتيجيات الكثير من المؤسسات الرائدة، فالعمل على إرضاء العميل وتنمية ولاءه للمؤسسة يشكل أولوية كبرى لجميع المؤسسات التي تعمل في بيئة تنافسية، كما زاد الاهتمام بموضوع التسويق بالعلاقات كأحد ركائز ومبادئ كسب ولاء الزبائن.

ومفهوم التسويق بالعلاقات هو مفهوم تم تقديمه خلال فترة الثمانينيات، وانتشر استخدامه في البداية في مجالي التسويق الصناعي، وتسويق الخدمات²⁴.

ويعرف التسويق العلائقي أو التسويق بالعلاقات على أنه: "مقاربة مشتقة من التسويق الصناعي (التسويق ما بين المؤسسات)، يهدف إلى بناء علاقة مستدامة بين المؤسسة والزبون النهائي المعرف بصفة فردية، فعملية البيع لا تمثل المرحلة الأخيرة للعملية التجارية ولكن تندرج في سياق علاقة عبر الزمن بين البائع (المؤسسة) والمشتري (الزبون)²⁵.

كما يعرف الباحثان Laskin و Evans التسويق بالعلاقات على أنه: "العملية التي تبني المؤسسة بواسطتها تحالفات طويلة المدى مع العملاء الحاليين والمتوقعين على حد سواء، بحيث يعمل كل من البائع والمشتري معاً تجاه تحقيق مجموعة مشتركة من الأهداف المحددة"²⁶.

ويحقق مدخل التسويق بالعلاقات للمؤسسة الكثير من المزايا التي تمكنها من رفع قدرتها التنافسية، وبالأخص في الجوانب التالية²⁷:

- § الاحتفاظ بولاء العملاء على المدى البعيد نتيجة لتوطيد صلة العملاء بالمؤسسة،
- § تحقيق أرباح جيدة بسبب تخفيض تكاليف البحث عن عملاء جدد والمحافظة على حجم نشاط المؤسسة؛
- § تقليل تكاليف المبيعات نتيجة التعامل مع الزبائن الحاليين والذين يترددون باستمرار على المؤسسة.

ويمكن للمؤسسة من خلال تبنيتها لمنهج التسويق الإلكتروني أن تبني علاقات جيدة ومثينة مع عملائها، خاصة وأن شبكة الإنترنت توفر الكثير من الخيارات في مجال الاتصال، كما يتوفر على الشبكة الكثير من البرمجيات والخدمات التي تسهل على المؤسسة التعرف على زبائنها الحاليين والمحتملين مثل منتديات النقاش، قوائم البريد الإلكتروني، المدونات الشخصية، قواعد بيانات الزبائن، ... الخ.

وإذا استطاعت المؤسسة أن تنظر دائما بمنظار الزبون إلى كل صفحة ويب تنشئها وكل إجراء تقوم به فستفوز في السباق مع منافسيها، لأن الأمر كله مبني على اكتساب الزبائن مرة والاحتفاظ بهم إلى الأبد²⁸. وتبرز هنا أهمية الموقع الإلكتروني للمؤسسة على شبكة الإنترنت، فهو يشكل واجهة المؤسسة على العالم بصفة عامة وعملائها بصفة خاصة، ومن خلاله يمكن للمؤسسة أن تباشر عملية بناء العلاقة مع عملائها، والموقع الذي لا يوفر الجو المناسب لبناء هذه العلاقة وتمييتها لا يمكنه أن يحقق رضا الزبائن كما أنه يعيق عملية الاحتفاظ بالزبائن.

وما يريده الزبون عند تعامله مع المؤسسة من خلال موقعها على شبكة الإنترنت هو أن يتم التعامل معه بطريقة تعكس أهميته وأن يتم الرد على استفساراته وحل مشاكله بطريقة مهنية ومرضية، ولتحقيق ذلك يجب أن تأخذ المؤسسة في الحسبان الكثير من الأمور التسويقية الهامة عند تصميم موقعها عبر الإنترنت²⁹.

وفي إطار الاهتمام ببناء علاقات طويلة الأمد مع الزبائن وتنمية الولاء لديهم قدر الإمكان، انتقلت المؤسسات من مفهوم التسويق بالعلاقات إلى مفهوم إدارة العلاقة مع العميل كمفهوم أوسع وأثمل، يمكنها من الحفاظ على زبائنها واجتذاب زبائن جدد، ويرتكز هذا المفهوم على الانتقال من مرحلة بناء علاقة مع العميل إلى مرحلة تسيير وإدارة هذه العلاقة لجعلها مستدامة.

ويشمل مفهوم إدارة العلاقة مع العميل (Customer Relationship Management (CRM) جميع أنشطة المؤسسة الهادفة إلى الكسب والحفاظ على زبائنها،

ويشمل هذا المفهوم تسيير العمليات التسويقية، المساعدة على البيع، خدمة الزبائن، مركز الاتصال، مكتب طلب المساعدة (help desk)، والبرمجيات التي تضمن واحدة أو كل هذه العمليات³⁰.

ونظرا لطبيعة العلاقة بين المؤسسة وزبائنها على الإنترنت، فقد أوجدت المؤسسات نظاما لتسيير هذه العلاقة على الإنترنت، وذلك لأن أدوات تسيير هذه العلاقة تختلف على شبكة الإنترنت، وتتطلب مهارات خاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

وتعرف إدارة العلاقة مع العميل عبر الإنترنت (eCRM) على أنها "مجموعة الأدوات المتوفرة على الإنترنت، والتي تمكن من تسيير العلاقة مع زبائن المؤسسة، مثل شخصنة المواقع الإلكترونية، عمليات تنمية الولاء، دعم الزبائن عبر الويب، الاتصال عبر البريد الإلكتروني، وغيرها"³¹.

ويتوجب على المؤسسات أن تركز على احتياجات زبائنها، وأن تمارس إدارة فعالة للعلاقات مع الزبائن، ونظرا لأن العمل الإلكتروني يتطلب أكثر فأكثر ممارسة الأعمال على الإنترنت، فمن الضروري إعطاء الأولوية للتركيز على إدارة العلاقة مع الزبائن الإلكترونيين، وعلى خلاف الزبون الحاضر فيزيائيا، يدار جزء كبير من علاقة الزبون الإلكتروني مع المؤسسة إلكترونيا، ويتطلب ذلك تفاعلا مباشرا وتفاعلا عبر الشبكة³².

ثالثا : إسهام التسويق الإلكتروني في زيادة يقظة المؤسسة

نظرا لأن بيئة المؤسسة تتميز بالديناميكية فإنه يتوجب عليها أن ترصد وتراقب هذه البيئة بفعالية حتى تحتفظ بقدرتها التنافسية، وهذا لا يتأتى إلا بوضع المؤسسة لنظام يقظة استراتيجي، وهذا بغرض رصد وجلب كل ما يتعلق بالمنافسين، نقاط ضعفهم، نقاط قوتهم، أهدافهم المستقبلية، واستراتيجياتهم المتبعة، وأداء المؤسسة للأنشطة التسويقية على شبكة الإنترنت يوفر لها إطار جيد لتفعيل نظام اليقظة الخاص بها.

وتشير اليقظة الإستراتيجية إلى "البحث عن المعلومة عن طريق يقظة ثابتة ومراقبة دائمة للبيئة وهذا لأهداف إستراتيجية"³³.

كما تعرف اليقظة الإستراتيجية بأنها: "ذلك المسار المعلوماتي الذي من خلاله تبحث المؤسسة عن معلومات ذات طابع استباقي متعلقة بتطور بيئتها الاجتماعية والاقتصادية بهدف خلق فرص وتجنب مخاطر مرتبطة بعدم التأكد"³⁴. ومفهوم اليقظة الإستراتيجية يضم كل أنواع اليقظة الأخرى كاليقظة التكنولوجية، اليقظة التنافسية، اليقظة التجارية، وغيرها³⁵.

ويوفر نظام التسويق الإلكتروني للمؤسسة فرصا عديدة لتنمية يقطتها بكل أنواعها، فالإنترنت منبع كبير لجمع المعلومات عن المنافسين والزبائن والمؤسسات الحكومية والأنجازات التكنولوجية في مختلف الميادين، إلا أن أدوات اليقظة على هذه الشبكة تختلف عن الأدوات التقليدية، مما يحتم على المؤسسة تكوين وتدريب مجموعة من الموظفين على استعمال هذه الأدوات الجديدة لأغراض اليقظة أو التعاقد مع إحدى الوكالات المتخصصة في خدمات اليقظة على الإنترنت.

ومن بين هذه الأدوات مثلا، البث على الإنترنت أو ما يعرف بـ "webcasting"، وهو طريقة لممارسة اليقظة على الإنترنت من خلال الاشتراك في قنوات الإعلام المتخصصة في نشاط المؤسسة، حيث تستقبل المؤسسة عبر بريدها كل المستجدات التي تخص ميدان نشاطها.

كما يمكن للمؤسسة أن تجمع الكثير من المعلومات عن زبائنها عن طريق متجرتها على شبكة الإنترنت، وهذه المعلومات إما أن تكون:

- تصريحية: أي أن الزبون يقدم هذه المعلومات طواعية خلال إجراءات الطلب والدفع عن طريق الاستمارات التي يملأها على الخط مباشرة؛
- سلوكية: بفضل الزيارات المتكررة للزبون وطلبياته، يمكن للمؤسسة أن تتعرف على تفضيلات كل زبون.

وبعد تخزين هذه البيانات في قاعدة البيانات، تأتي مرحلة المعالجة الدقيقة التي تسمح بإنشاء قطاعات سوقية تتكون من مستهلكين متشابهين، مما يمكنها من تقديم عروض على المقاس لكل زبون³⁶.

كما أن محركات البحث الكثيرة التي توفرها شبكة الإنترنت، يمكن استخدامها بفعالية في عملية البحث عن المعلومات لأغراض اليقظة، إذا تمت برمجتها قبل إجراء عملية البحث وذلك للتركيز على مواضيع هم المؤسسة، كما يمكن إجراء عمليات بحث حسب تواريخ محددة، أو حسب فترة زمنية بين تاريخين (مثل محرك البحث Alta Vista أو Alltheweb)، وتوفر محركات أخرى ميزة البحث حسب تاريخ إجراء التحديثات (مثل MSN والمحرك العملاق Copernic)³⁷.

وتحوي مجموعات الأخبار على الإنترنت ثروة كبيرة من المعلومات قد تتضمن تعليقات تفيد المؤسسة، كما تتضمن تعليقات على المؤسسة نفسها، مما يوجب على المؤسسة أن تتابع هذه القوائم بعناية³⁸.

ويمكن للمؤسسة أن تدعم يقطتها التنافسية عن طريق الاستغلال الأمثل لشبكة الإنترنت عامة ولموقعها الإلكتروني خاصة وذلك بـ³⁹:

§ مراقبة عروض عمل المنافسين: تلجأ الكثير من المؤسسات إلى نشر عروض العمل الخاصة بها على موقعها الإلكتروني، وفي منتديات النقاش المتخصصة، ومراقبة هذه العروض يعطي للمؤسسة فرصة الاطلاع على المشاريع المستقبلية لمنافسيها، وعلى المهارات التي تفقدها؛

§ مراقبة رسائل موظفي المنافسين: يلجأ الكثير من الموظفين إلى منتديات النقاش للبحث عن المعلومات والتواصل مع الزبائن والموردين، وتتبع هذه الرسائل والتدقيق فيها يمنح للمؤسسة معلومات هامة عن وضعية منافسيها؛

§ الاستعلام عن الإعلانات الخاصة بمنتجات المنافسين من خلال مراقبة مواقعهم على الشبكة؛

§ تحليل التجاوب الذي تحظى به المنتجات المنافسة عن طريق تتبع ردود الزبائن المنشورة في المنتديات وقوائم النشر المتخصصة.

المحور الثالث: واقع التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت في المؤسسات الجزائرية

أولاً: واقع الإنترنت في الجزائر

يرجع البعض تاريخ دخول الإنترنت إلى الجزائر إلى سنة 1991 عن طريق الجمعية الجزائرية لمستخدمي برنامج الاستغلال "إينيكس" (UNIX) بالتعاون مع جمعية العلميين الجزائريين (ASA) وذلك من خلال ربط عن طريق إيطاليا⁴⁰، وفي عام 1993 أصبح مركز البحث والإعلام العلمي والتقني⁴¹ (CERIST) وهو هيئة جامعية عمومية، المزود الوحيد لخدمات الإنترنت، لتتطور الإنترنت أكثر فأكثر خلال سنة 1995، وفي سنة 1999 بدأت السلطات تفكر في منح المتعاملين الخواص رخص العمل كمزودي خدمات إنترنت، إلا أن هذا لم يتحقق إلا في مارس 2000 وبلغ عددهم حينها 18 مزود، وتمنح التراخيص من طرف سلطة الضبط للبريد والمواصلات التابعة لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال⁴².

وقد بلغ عدد مزودي خدمات الإنترنت 70 في نهاية سنة 2010 حسب التقرير السنوي لسلطة الضبط للبريد والمواصلات (ARPT) التابعة لوزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والمكلفة بمنح التراخيص لكل المتعاملين في سوق الاتصالات بالجزائر⁴³.

وفي ظل العجز المسجل في ربط المنازل بالإنترنت بسبب التأخر الكبير في تعميم خدمات الهاتف الثابت، فإن غالبية الجزائريين يستخدمون الإنترنت من خلال مقاهي الإنترنت المنتشرة في كل أنحاء الوطن، والتي وصل عددها إلى 5000 مقهى انترنت، مما جعل الجزائر تحتل المرتبة الأولى عربيا في عدد هذا النوع من المقاهي، وقد زاد عددها بسبب إقبال الكثير من الشباب على الاستثمار في هذا المجال في إطار الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ).

أما عدد مواقع الإنترنت فقد انتقل من قرابة ثلاثين موقع سنة 2000 إلى أكثر من 2000 موقع نهاية 2003، ليصل إلى أكثر من 5000 موقع في سبتمبر 2007، و فاق عددها سنة 2010 الـ 10000 موقع.

وعلى صعيد الاستعمال التطبيقي للإنترنت، تبقى الجزائر ضمن الدول المستهلكة لخدمات الإنترنت بشكل سلمي، فالاستهلاك ينحصر في بعض التطبيقات القاعدية للشبكة، كالبريد الإلكتروني، الاتصال عن طريق المحادثة الفورية (Chat)، البحث عن بعض المعلومات باستخدام محركات البحث، تحميل البرمجيات والألعاب، الخ. ويوضح الجدول الموالي تطور عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال الفترة 2004-2014.

الجدول رقم (01): تطور عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر

الوحدة: مليون

السنة	2004	2006	2008	2010	2012	2014
عدد مستخدمي الانترنت	1.5	3	3.8	4.7	6.2	8.5
عدد السكان	31.9	33	34.5	36.4	38.2	39.8
معدل النفاذ(%)	4.7	9.1	11	12.9	16.23	21.35

المصدر: من إعداد الباحث انطلاقا من عدة مراجع أهمها إحصائيات المكتب الإقليمي العربي للاتحاد الدولي للاتصالات وإحصائيات الوزارة الوصية على موقعها الإلكتروني.

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن عدد مستخدمي الإنترنت يزداد في الجزائر ولكن بشكل متباطئ، وعموما يمكننا القول أن الإنترنت ستشهد تطورا ملحوظا في الجزائر خلال السنوات القليلة القادمة، خاصة وأن الكثير من مزودي الخدمات يطمح إلى بلوغ مليون مشترك، كما أن تكاليف الدخول تشهد تراجعا مستمرا مع تحسن ملحوظ في سرعة الاتصال بفضل خدمة الإنترنت عالي التدفق (ADSL) التي توفرها اتصالات الجزائر وبعض موردي الإنترنت الخواص.

ثانياً: واقع التسويق الإلكتروني في الجزائر

غالبية المؤسسات الاقتصادية الجزائرية العمومية والخاصة تمتلك أجهزة حاسوب، إلا أن القليل منها فقط مرتبط بالإنترنت، ويبقى استخدام الحاسوب في المؤسسات الجزائرية محصور في تسهيل الأعمال الإدارية اليومية من خلال معالجة النصوص وتسجيل العمليات المحاسبية وتخزين كل المعلومات والبيانات التي تخص المؤسسة.

والقليل من المؤسسات الجزائرية من تمتلك شبكة داخلية (انترانت) أو متصلة بشبكة تجارية مع شركائها (اكسترنانت)، كما أن القليل منها من يمتلك موقع إلكتروني على الشبكة العالمية، وحتى تلك التي بنت لها موقع على الشبكة فإنها لا تقوم بتحديثه (mise à jour) بانتظام، مما يقلل من أهمية المعلومات التي يحويها الموقع ويتسبب في عزوف الناس عن زيارته. وتعاني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من تأخر كبير في تبني التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال بسبب قلة إمكانياتها المادية وعدم وعي كوادرها البشرية بالمزاي الممكن تحقيقها من خلال هذه التكنولوجيات مما أثر سلباً على تنافسيتها، كما أن غالبيتها لا يملك موقع إلكتروني على الشبكة العالمية ويكتفي بالحصول على بريد إلكتروني لاستعماله في المراسلات والتواصل مع الزبائن.

وحسب الإحصائيات التي تنشرها وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال على موقعها الإلكتروني فإن 29.4% فقط من المؤسسات الجزائرية تملك موقعاً على الإنترنت، كما أن 58.2% فقط من تملك عنوان بريد إلكتروني للتواصل، و 15.2% من تملك اسم نطاق خاص بها على الإنترنت. وتعكس هذه المؤشرات مدى التأخر الذي تعانيه المؤسسات الجزائرية في تبني تكنولوجيا الإنترنت والعمل على دمجها في أنشطتها اليومية.

وهذا التأخر الكبير أثر بشكل مباشر على تطور التجارة الإلكترونية في بلادنا، خاصة في ميدان التجارة الإلكترونية بين المؤسسات والمستهلكين (B2C)، إلا أن هذا لا يعني انعدام هذا النوع من التجارة في الجزائر، فهناك بعض المؤسسات الجزائرية التي خاضت هذا الميدان معتمدة على إمكانياتها الخاصة.

ولا تتوفر حتى الآن إحصائيات موثوقة حول حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر. وعلى الرغم من توقعنا أن حجم هذه الأخيرة متواضع جداً في هذه المرحلة خصوصاً بالنسبة لتلك التجارة الإلكترونية الموجهة للمستهلكين (B2C)، والتي ربما لا يتجاوز حجمها بضعة ملايين من الدولارات إلا أن مشكلة الإحصائيات تثير مشكلاً هيكلياً أخطر، ويتمثل ذلك في انعدام جهة رسمية موحدة تتبنى وتنسق مجهودات التجارة الإلكترونية وتشجعها ومن ثم توفر وتنشر الإحصائيات المتعلقة بها⁴⁴.

كما تشكو المؤسسات الجزائرية من غياب آليات ونظم الدفع الإلكتروني في الجزائر بسبب تأخر القطاع المصرفي في تبني مثل هذه النظم وعجزه في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، مما يقودنا إلى ضرورة عصرنة القطاع المصرفي الجزائري من خلال إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المالي والمصرفي، مع ما يتطلبه ذلك من عصرنة كل من أنظمة الدفع والسحب، الائتمان، التحويلات المالية، وكل الخدمات المصرفية.

أما بخصوص التسويق الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، فهناك تأخر كبير على مستوى المؤسسات الجزائرية، وإن كان الكثير منها بدأ في إنشاء موقع على شبكة الإنترنت، إلا أن الملاحظ هو أن غالبية هذه المواقع هي مواقع ترويجية ساكنة ولا يتم تحديثها دورياً، كما أنها لا تتيح التبادل التجاري عبر الشبكة بسبب غياب أدوات الدفع الإلكتروني.

ونشير هنا إلى أن امتلاك موقع إلكتروني على شبكة الإنترنت، لم يعد حكراً على المؤسسات الكبيرة في الجزائر، أو خاصية من خصائص المؤسسات التي تقع مقراتها في العاصمة، فأى مؤسسة جزائرية اليوم، وبغض النظر عن طبيعتها أو نوع ملكيتها، بإمكانها الارتباط بشبكة الإنترنت وبناء موقع لها على هذه الشبكة وخلق قيمة مضافة من خلال استغلال الويب⁴⁵.

وتنحصر أنشطة المؤسسات الجزائرية من خلال مواقعها على شبكة الإنترنت في التعريف بأنشطتها والترويج لمنتجاتها، في ظل عدم إمكانية البيع المباشر على الخط نتيجة غياب البنى التحتية لأنظمة الدفع الإلكتروني وأنظمة الإمداد والتوزيع الضرورية لمثل هذا النشاط، كما تستعمل هذه المؤسسات الإنترنت في الاتصال بزبائنها ومورديها، بالإضافة إلى البحث عن المعلومات التي تخص بيئتها التجارية والتنافسية.

كما تعتبر المؤسسات العاملة في قطاع الاتصالات وخاصة مؤسسات الهاتف النقال من المؤسسات النشطة في مجال التسويق الإلكتروني في الجزائر، حيث تعتبر مواقعها على الإنترنت من المواقع الرائدة والأكثر زيارة من قبل مستخدمي الإنترنت، ولعل ذلك راجع إلى كون هذه المؤسسات أكثر قدرة وكفاءة من غيرها كونها متخصصة أصلاً في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتتوفر على الكوادر البشرية المؤهلة للقيام بتطوير الموقع الإلكتروني وتسييره. كما تهتم وكالات السيارات العاملة في الجزائر بالتسويق الإلكتروني من حيث أنها تمتلك مواقع إلكترونية ثرية بالمعلومات التفصيلية عن المنتجات.

وتستخدم المؤسسات الجزائرية التي تنشط عبر الإنترنت طرقاً عدة لتوزيع منتجاتها المبيعة عبر الإنترنت، حيث يتم توزيع المنتجات الرقمية مباشرة عبر الشبكة من خلال إتاحة التحميل

بعد الدفع، إلا أن طريقة التوزيع الغالبة هي التوزيع بالطرق التقليدية من خلال إعلام الزبون بأقرب نقطة بيع إليه وتوجيهه إليها أو التوزيع عن طريق البريد السريع.

ولا يختلف ترتيب أشكال الاتصال التسويقي الإلكتروني التي تمارسها المؤسسات الجزائرية عن ترتيب هذه الأشكال في صورتها التقليدية، فالإعلان الإلكتروني هو المهيمن، إذ تلجأ غالبية المؤسسات الجزائرية إلى الاكتفاء بنشر الشرائط الإعلانية الساكنة والديناميكية في المواقع الإلكترونية الجزائرية الأكثر تصفحا، ويقود النقر على هذه الشرائط إلى الموقع الإلكتروني للمؤسسة المعلنة، كما تستخدم المؤسسات الجزائرية أسلوب الخدمة المتبادلة لنشر الشرائط الإعلانية حيث تنشر المؤسسة على موقعها شريط إعلاني لمؤسسة أخرى مقابل نشر هذه الأخيرة لشريط إعلاني لها.

أما فيما يخص قضية تسجيل أسماء النطاق في محركات البحث المشهورة على الإنترنت (le référencement)، فالكثير من المؤسسات الجزائرية متجاهلة لأهمية هذا التسجيل مما يجعل الوصول إلى مواقعها صعبا على مستخدمي الإنترنت، وفي أحسن الأحوال تظهر عناوينها في مراتب متدنية من نتائج البحث.

وفي مجال ترويج المبيعات على الإنترنت، تكتفي المؤسسات الجزائرية بنشر تفاصيل هذه الحملات التي تطلقها أساسا في العالم الواقعي على موقعها، بمعنى أنه ليس هناك حملات لترويج المبيعات يتم إطلاقها خصيصا على الإنترنت، وذلك بفعل استحالة البيع المباشر على الخط.

فيما تشهد العلاقات العامة عبر الإنترنت غيابا تاما في ظل عدم اهتمام المؤسسات الجزائرية بهذه النشاطات حتى في العالم الحقيقي مما يؤثر سلبا على صورتها ويهدد مستقبلها في حالة تعرضها إلى حملات لترويج الإشاعات.

خاتمة:

تفرض طبيعة التجارة الإلكترونية نوعاً جديداً من التسويق يتواءم مع التكنولوجيا الحديثة ويدعم نمو هذه التجارة، والمؤسسات التي تطمح إلى النجاح في هذا النوع من التجارة يتوجب عليها تبني التسويق الإلكتروني بصفته أهم نشاط داعم للتجارة الإلكترونية، ويوفر هذا التسويق للمؤسسة قدرة على المنافسة في بيئة الأعمال الجديدة، من خلال تمكينها من رفع حصتها السوقية عن طريق السماح لها بالعمل على مستوى عالمي، وبناء علاقات متينة مع العملاء، وزيادة يقظتها لمجابهة التغيرات المستمرة والمتسارعة التي تشهدها بيئة العمل الجديدة.

ورغم التأخر الذي تسجله المؤسسات الجزائرية في مجال تبني التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت، إلا أن الوقت ما يزال أمامها لتبني هذا الشكل الجديد من التسويق من أجل زيادة وتحسين قدراتها التنافسية لمجابهة التحديات الكبيرة التي تفرضها بيئة الأعمال على المستوى الدولي، ومن أجل ذلك نقترح جملة من التوصيات التي نراها - حسب تقديرنا - مناسبة في هذا المجال، ومن أهمها:

- § الإسراع في بناء وتصميم مواقع على شبكة الإنترنت بالنسبة للمؤسسات التي ليس لها مواقع لحد الآن؛
- § إعادة النظر في تصميم الموقع الحالي للمؤسسة ومحتوياته بما يتماشى مع متطلبات العمل الإلكتروني وتسهيل وصول الزبائن إليه من خلال إدراجه في محركات البحث وفهارس الإنترنت وترويجه في وسائل الإعلام التقليدية؛
- § توظيف وتكوين المورد البشري اللازم لتسيير أنشطة التسويق عبر الإنترنت، ونشر ثقافة العمل عبر شبكة الإنترنت وسط الموظفين والعمالين؛
- § الاستفادة من خبرات المؤسسات الرائدة في هذا المجال بالإضافة إلى الاستعانة بمكاتب الخبرة والاستشارة المتخصصة في ميدان التسويق الإلكتروني.

الهوامش:

¹ Michel Badoc, Bertrand Lavayssière, Emmanuel Copin, emarketing de la banque et de l'assurance, Paris, édition d'Organisation, 2003, p 74.

² يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني، عمان، دار وائل، 2000، ص 135.

³ طارق طه، التسويق بالإنترنت والتجارة الإلكترونية، الإسكندرية، دار الجامعة الجديدة، 2007، ص

31.

⁴ نفس المرجع، ص 31، 32.

⁵ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص 138، 139.

⁶ عماد صفر سالم، الاتجاهات الحديثة للتسويق، الإسكندرية، منشأة المعارف، 2005، ص 75.

⁷ ثامر البكري، التسويق أسس ومفاهيم معاصرة، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2006،

ص 264.

⁸ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص 147، 148.

⁹ حميد الطائي وآخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث، عمان، دار اليازوري للنشر والتوزيع، (2005)،

ص 343.

¹⁰ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص 189-192 .

¹¹ عمرو أبو اليمين عبد الغني، فرص وتحديات التسويق الإلكتروني في ظل الاتجاه نحو العولمة، ورقة عمل

مقدمة إلى المنتدى الإداري الثاني حول "الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة"، الجمعية السعودية للإدارة،

الرياض 7-8 مارس 2004.

¹² فيليب كوتلر، كوتلر يتحدث عن التسويق، ترجمة فيصل عبد الله بابكر، الرياض، مكتبة جرير، 2005،

ص 241.

¹³ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص 266.

¹⁴ يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سابق، ص 282، 283.

¹⁵ بشير عباس العلاق، الاتصالات التسويقية الإلكترونية، عمان، مؤسسة الوراق، 2005، ص 124.

¹⁶ نفس المرجع، ص 125.

¹⁷ طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، القاهرة، الدار الجامعية، (2003)، ص 603.

¹⁸ Kotler et Dubois, marketing management, 10^{eme} édition, Paris, union édition, 2000, p 640.

¹⁹ طارق طه، مرجع سابق، ص 211.

- ²⁰ بوب نورتون ، كاثي سميث، التجارة على الإنترنت، ترجمة مركز التعريب والترجمة، بيروت، الدار العربية للعلوم، 1997، ص 45.
- ²¹ طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية، القاهرة، الدار الجامعية، 2003، ص 592.
- ²² محمد عدنان وديع، القدرة التنافسية وقياسها، سلسلة جسر التنمية، السنة الثانية، العدد الرابع والعشرون، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، ديسمبر 2003، ص 10.
- ²³ Jean-louis muchielli, la compétitivité : définitions, indicateurs et déterminants, dans : [www. Team.univ-paris1.fr/teamperso/mucchiel/compétitivité.pdf](http://www.Team.univ-paris1.fr/teamperso/mucchiel/compétitivité.pdf), consulté le 21/01/2007.
- ²⁴ جيهان عبد المنعم، العلاقة بين المشتري والمورد، مدخل للتسويق بالعلاقات، القاهرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، 2006، ص ز.
- ²⁵ Luc Boyer , Didier Burgaud, Le Marketing avancé, Paris, édition d'Organisation, 2000 , p 119.
- ²⁶ جيهان عبد المنعم، مرجع سابق، ص 52.
- ²⁷ ميرلين ستون، نيل وودكوك، ليز ماكينجر، التسويق من خلال علاقتك بالعملاء، ترجمة دار الفاروق، القاهرة، دار الفاروق للنشر والتوزيع، 2006، ص 13-14.
- ²⁸ حم سترن، خدمة الزبائن على الإنترنت، ترجمة باسل الحاج قدور، على أبو عمشة، الرياض، مكتبة العبيكان، 2003، ص 33.
- ²⁹ D. Michel, R. Salle, J-P. Valla, marketing industriel, stratégie et mise en œuvre, Paris, édition Economica, 2000, p p.510-513.
- ³⁰ <http://www.alaide.com/dico.php?q=CRM>, consulté le 02/02/2007.
- ³¹ www.journaldunet.com/encyclopedie/definition/37/44/21/electronic_customer_relationship_management.shtml
- ³² ستيوارت ماك كوي، أفضل الممارسات في التجارة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، تعريب على أبو عمشة وندى غنيم، الرياض، مكتبة العبيكان، 2003، ص 145.
- ³³ PATEYRON.E .A, le management stratégique de l'information, Paris, édition economica, 1994., P13.
- ³⁴ www.sup.adc.education.fr/bib/Publ/Guides/veille/definition.htm, consulté le 15/03/2007.
- ³⁵ Ibid.
- ³⁶ Luc Boyer, Didier Burgaud, op cit, p. 178 .
- ³⁷ VEILLE MAGAZINE, N°63 , AVRIL 2003 , p 31, en ligne : www.inforizon.com/b/s/242/fiches/FILE1_35484141691063274241710
- ³⁸ جيم سترن، مرجع سابق، ص 219.

³⁹ ANDRIEU O, LAFONT D , Internet et l'entreprise, Paris, édition Eyrolles, 1996, p.154.

⁴⁰ ويرى باحثون آخرون أن تاريخ الدخول الفعلي للإنترنت في الجزائر كان سنة 1993 عن طريق مركز البحث والإعلام العلمي والتقني (CERIST)

⁴¹ www.cerist.dz

⁴² Lamri DOUDI, Chabane KHENTOUT, Mahieddine DJOUDI, Place de l'Algérie dans le monde des TIC, séminaire international du commerce électronique, université de Ouargla, Algérie, 15/16/17 mars 2004.

⁴³ Le rapport annuel de L'ARPT, sur son site Internet, www.arpt.dz/fr/doc/pub/raa/raa_2010, p 24.

⁴⁴ عبد المجيد قدي، مجدل أحمد، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في البلاد العربية: بين الواقع والمأمول، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 09-2003، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص 111.

⁴⁵ Mohammed Hamza BENGRINA, - Ahmed Ramzi SIAGH, Utilisation de l'Internet et des Services Internet dans l'Activité Marketing, séminaire international du commerce électronique, université de Ouargla, algerie, 15/16/17 mars 2004.

أثر بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء دراسة ميدانية على السلع الاستهلاكية المعمرة صينية المنشأ في مدينة عمان

د/ إياد عبد الإله خنفر*

جامعة الزرقاء - الأردن

د/ مصطفى سعيد الشيخ**

جامعة الزرقاء - الأردن

Abstract :

This research aims to identify the impact of the country origin in terms of quality of durable goods, after-sales service, and the availability of information to the purchase decision by Jordanian consumers in the city of Amman, to achieve the objectives of the research and test hypotheses have been appropriate sample of the study (1000) of the end consumers in a number of shopping centers in the city of Amman (Mecca Mall , City Mall, Istiklal Mall, and Sameh Mall) on the basis of the ease and convenience of access to them and, under certain conditions, the rate of recovery of 96%. SPSS software was used in order to know the results of the hypotheses, The results shows that all hypotheses indicate the presence of purchasing decision-making. The study recommended the need to raise the concept of country of origin with consumers being plays an active and influential role in facilitating making a purchase preference on foreign commodity on other decision process when making the final decision to buy.

Keywords: Purchasing Decision, Durable Goods, Quality Goods, Jordan.

* أستاذ التسويق المساعد ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة الزرقاء - الأردن ، مايل

Khanfar37@yahoo.com

** أستاذ التسويق المشارك ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة الزرقاء - الأردن ، مايل

dr.mustafa1971@hotmail.com

مقدمة

بالنظر إلى الانفتاح العالمي الذي يتسع بشكل مضطرب ما بين المجتمعات البشرية في الشرق والغرب، والشمال والجنوب، فإن ذلك قد أثر بشكل مباشر على تبادل السلع وحركة البضائع، وقد أثر هذا بدوره على اهتمامات المستهلكين عند تحديد خيارهم في انتقاء السلع المختلفة، أو حتى في كيفية تصميم قرارهم النهائية فيما يخص مشترياتهم. فكثر من المستهلكين الذين يتخذون قرارهم الشرائية بالاستناد إلى عوامل متعددة، والتي تتلخص في السعر والتنوع والرغبة والحاجة إلى السلعة بذاتها. لكن التمييز الدقيق لتوجهات المستهلكين يظهر بأن بعض المستهلكين يقومون باتخاذ قرارهم الشرائية بناءً على بلد المنشأ أو البلد الأصلي لإنتاج السلعة. فنجد على سبيل المثال بأن بعض المستهلكين يحضرون قرارهم الشرائية فيما يخص السيارات في ألمانيا أو الولايات المتحدة، والأدوات الكهربائية باليابان، وهكذا. وذات الأمر يمكن أن يستشف بشكله السليبي في اتخاذ القرارات الشرائية من قبل المستهلكين الذين لا يرغبون في شراء السلع المنتجة في بلد محدد بذاته مهما كانت نوعية السلعة وكفاءتها في العمل والإنتاج وإشباع حاجات المستهلكين.

في هذه الورقة البحثية المسحية، فإننا سنحاول التعرف على تأثيرات البلد الأصلي لإنتاج على قرارات الشراء لدى شريحة من المستهلكين في مدينة عمان، وسنحاول في هذه الدراسة أن نقدم تحليلاً نوعياً فيما يخص بلد الإنتاج وتأثيره على قرارات الشراء لدى بعض المستهلكين والعوامل التي تساهم في تشكيل وجهة نظر المستهلك في هذا الخصوص. وبالنظر إلى الاتجاهات المتعددة في علم التسويق ونظرياته المتطورة، فإن تأثيرات بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء يعد الآن من الأمور الرئيسية التي يتم التركيز عليها في تحديد اتجاهات المستهلكين فيما يخص بعض أنواع السلع والبضائع، وخصوصاً في ظل النظام الاقتصادي المعولم الذي رسخ الكثير من المفاهيم التسويقية الحديثة التي أصبحت أكثر تفصيلاً ودقة من ذي قبل. وعلى ذلك، فإن تأثير بلد المنشأ أصبح يتخذ حيزاً كبيراً لا يقل أهمية عن بقية العوامل الأخرى التي يأخذها المستهلكون بعين الاعتبار عند اتخاذهم لقرارهم النهائية في عملية الشراء.

يرى (George, 2004)¹ بأن تأثير بلد المنشأ يرتبط بعدة عوامل منها حجم الاقتصاد المحلي، وحجم انتشار الشركات المحلية على المستوى الدولي، وكذلك النظام الإداري المتبع في بلد المنشأ.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

- يعد قرار شراء السلع المعمرة من القرارات الصعبة والمعقدة وذلك نتيجة لتنوع مصادر الإنتاج وتعدد أنواع السلع مما جعل المستهلك يبحث عن المعلومات للتعرف على طبيعة وجودة السلع وكذلك التعرف على بلد المنشأ الموثوق به من أجل إتخاذ القرار الشرائي الصحيح لتحقيق الإشباع الذي يسعى إليه ومن بين هذه السلع ذات المنشأ الصيني.
- واستناداً لما تقدم فإن أسئلة الدراسة يمكن صياغتها على النحو التالي:
- هل جودة السلع المعمرة ذات المنشأ الصيني تتصف بالجودة المطلوبة مما يشجع المستهلك على إتخاذ قرار شرائها؟
 - هل تقدم نقاط بيع السلع المعمرة الصينية خدمات ما بعد البيع بشكل جيد مما يشجع المستهلك على إتخاذ قرار شرائها؟
 - هل تتوفر المعلومات بشكل كافي عن السلع المعمرة الصينية مما يدفع المستهلك على شرائها؟

أهمية الدراسة

إن السوق الأردنية تشهد منافسة شديدة ما بين السلع المحلية والسلع المعمرة المستوردة وخاصة السلع المعمرة ذات المنشأ الصيني، لذلك تكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة في التعرف على العوامل التي تؤثر على قرار شراء المستهلك لهذه السلع.

أما الأهمية العملية للدراسة فإنها تنبع من خلال معرفة أكثر هذه العوامل تأثيراً على سمعة السلعة المعمرة صينية الصنع وكيفية زيادة عدد العملاء الذين يستخدمونها وتكرار الشراء. كما ويمكن لهذه الدراسة أن تساعد في تحسين صناعة السلع المعمرة الصينية وتقليل المشاكل التي قد تكون سبب في عدم الإقبال عليها من قبل المستهلكين.

أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الأتي :
- دراسة الدور الذي تلعبه جودة السلع المعمرة ذات المنشأ الصيني على قرار شراء المستهلك.
 - معرفة مدى توفر خدمات ما بعد البيع للسلع المعمرة ذات المنشأ الصيني وأثر ذلك على القرار الشرائي للمستهلك .
 - التعرف على مدى وفرة المعلومات عن السلع المعمرة ذات المنشأ الصيني وأثر ذلك على القرار الشرائي للمستهلك .

-فرضيات الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على الفرضية الرئيسية التالية:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغيرات بلد المنشأ المتمثلة بـ (جودة السلع المعمرة، خدمات ما بعد البيع، ووفرة المعلومات) على اتخاذ قرار الشراء عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وينتق عن الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية التالية:

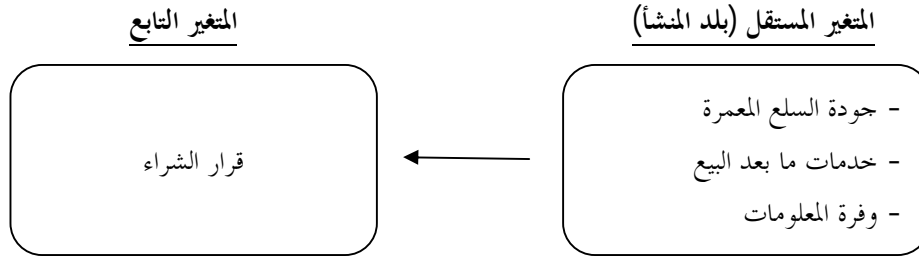
H02: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة السلع المعمرة ذات المنشأ الصيني على اتخاذ قرار الشراء، عند مستوى الدلالة المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

H03: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لخدمات ما بعد البيع التي تقدم للسلع ذات المنشأ الصيني على اتخاذ قرار الشراء، عند مستوى الدلالة المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

H04: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لوفرة المعلومات عن السلع المعمرة ذات المنشأ الصيني على اتخاذ قرار الشراء، عند مستوى الدلالة المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

نموذج الدراسة

تم إعداد نموذج الدراسة في ضوء الاطلاع على أدبيات الموضوع واستنادا إلى مشكلة ومتغيرات دراسة كلا من (فؤاد، 2004)² و (Gerald Haubl, 1996)³.
ويبين نموذج الدراسة والذي يتضح من خلاله تحليل أثر بلد المنشأ من حيث (جودة السلع المعمرة، خدمات ما بعد البيع، ووفرة المعلومات) على اتخاذ قرار الشراء:



التعريفات الإجرائية

- قرار الشراء:

هي الأفعال التي يقوم بها المشتري بهدف الحصول على المنتج وبمر. بمراحل عديدة نتيجة لعوامل تؤثر على قراره بحيث تجعل عملية اتخاذ القرار الشرائي بشكل أدق، وتبدأ

مراحل الشراء من الشعور بالحاجة والبحث عن الحلول الممكنة و ثم اتخاذ القرار الشرائي وأخيرا رد الفعل الذي يتولد لدى المستهلك نتيجة هذا القرار.⁴

- جودة السلع:

هي الحكم الإجمالي للعميل على جميع إجراءات التسليم و التناج، مقارنة مع التوقعات الخاصة به كعميل، المنافع التي يرغب الحصول عليها.⁵

- السلع المعمرة:

هي السلع الاستهلاكية التي تستعمل خلال فترة زمنية طويلة ولعدد كبير من المرات.⁶

- خدمات ما بعد البيع:

هي متابعة مندوب البيع لإتمام الصفقة بشكل سليم ووفق الشروط المتفق عليها مع العميل المنتظر من حيث التسليم في وقت محدد، وخدمات الصيانة. الخ.⁷

- وفرة المعلومات:

هي البيانات التي يتم العثور عليها من مصادر مختلفة من قبل المستهلك لأغراض تسويقية محددة.⁸

الإطار النظري

تشير دراسات سلوك المستهلك التي أجريت عبر ثقافات مختلفة إلى أن المستهلكين يميلون بصفة عامة إلى تكوين صور نمطية عن جودة ومدى ملائمة وجاذبية المنتجات الواردة من دول ومناطق معينة، حيث يميل المستهلكون لأن يقيموا المنتجات بشكل إيجابي عندما يكون منشأها أو إنتاجها من بلاد تتمتع بصورة ذهنية إيجابية. المنطق الرئيسي لهذه الدراسات أن بلد المنشأ يقدم للمستهلكين معلومات عن جودة المنتج وغيرها من الجوانب.⁹ طالما أتاحت المعلومات الخاصة ببلد المنشأ فسوف يعتبرها المستهلكون معلومات ذات صلة ويستخدمونها عن عمد في تقييمهم للمنتجات .

وعلى عكس هذه الفرضية العامة، تبين نتائج دراسات مسحية عديدة عدم توافر للنية والرغبة لدى المستهلكين لاستخدام بلد المنشأ كأساس في عملية تقييمهم للمنتجات، إلا أن (Liu & Johnson, 2005)¹⁰ يرون أن عدم رغبة المستهلكين في الاعتراف بتأثير بلد المنشأ قد يعكس محدودية قدراتهم الشرائية، كما يمكن أن يعمل بلد المنشأ على توفير الوقت والجهد عند تقييم المستهلك للمنتج، ويستطيع أن يتوسط تأثير المعلومات الأخرى الخاصة بالمنتج على تقييمات المنتج، إلا أن هذا التأثير قد يقل في ظل قدرة المستهلكين على تمثيل

المعلومات¹¹. توصل (Lewis, 2003) إلى أن بلد المنشأ قد ينشط صورة ذهنية تؤثر على تفسير المستهلكين للمعلومات الخاصة بالمنتج . يتأمل تأثير بلد المنشأ بصفة أساسية في الجوانب المعرفية لتمثيل المعلومات، فعلى سبيل المثال يشير بلد المنشأ في بعض الأحيان إلى جودة المنتج، أو قد ينظر إليه في أحيان أخرى كأحد خصائص المنتج. يعتبر تأثير بلد المنشأ نوعاً من الصور النمطية التي يصنف المستهلكون فيها المنتجات إلى فئات ويطبقون المعرفة السابقة بشأن الفئات. تفترض هذه الرؤية أن تأثير بلد المنشأ تابع للسياق وقد يختلف عبر المواقف والعوامل الثقافية¹².

طبيعة قرار شراء السلع المعمرة

لقرار شراء السلع المعمرة طبيعة خاصة تميزها لدى المستهلك نظراً لما تتميز به هذه السلع من أهمية، ومنها الأثاث والأجهزة الكهربائية المنزلية، وسميت معمرة لأنها تستخدم لفترات طويلة من قبل المستهلك. ويتلخص طبيعة قرار شراء السلع المعمرة فيما يلي¹³:

1- زيادة الاهتمام بالإعداد للشراء

نظراً لأن السلع الاستهلاكية المعمرة تتميز بارتفاع تكلفتها نسبياً وطول فترة البحث عنها، لذا فإن مرحلة الإعداد لشرائها تكون أكثر أهمية من غيرها، حيث يحتاج المستهلك إلى قضاء وقت في التحول في السوق وتجريب السلعة، والتشاور مع الأسرة والتحدث مع الأصدقاء قبل شرائه للسلع المعمرة.

2- زيادة الاهتمام بمستوى الجودة

ويرجع ذلك إلى أن هذه السلع تعطي قدراً من الإشباع لفترة طويلة نسبياً، ويؤثر مستوى الجودة على أدائها طوال هذه الفترة، ويسعى المستهلك إلى الحصول على أكبر اشباع ممكن منها من خلال طول فترة عمرها.

3- اشتراك أكثر من طرف في اتخاذ القرار

حيث تدرج الحاجة لشراء السلع المعمرة ضمن الحاجات الاجتماعية أو تحديد ما تم استهلاكه، فكل بيت لا يخلو من شراء أحد أفراد تجهيزات الزواج بالنسبة للرجل وكذلك للمرأة، وغالباً ما يشترك جميع أفراد الأسرة في قرار الشراء، لأن استهلاك السلع المعمرة يكون بشكل جماعي، ويرجع ذلك أيضاً إلى أن غالبية السلع المعمرة تكون للاستخدام العائلي، فالثلاجة والتلفزيون والأثاث وغيرها من السلع المعمرة يستعملها جميع أفراد العائلة. وأن السلع المعمرة ذات قيمة عالية نسبياً، ولذلك فإن شرائها يؤثر تأثيراً كبيراً على ميزانية

الأسرة، ومن ثم فإن كل فرد في الأسرة سوف يتأثر بمدى نجاح أو فشل قرار الشراء في اختيار السلعة الملائمة. وأن الفشل في الحصول على سلعة معمرة جيدة قد يعني خسارة جسيمة للأسرة، وبالتالي فإن أي فرد فيها يخشى أن ينفرد باتخاذ قرار شرائها. ومن المهام الأساسية لإدارة التسويق تحديد الأشخاص الذين يشتركون في عملية الشراء، فهناك من يؤثر على قرار الشراء وهناك من يتخذ قرار الشراء ومن يقوم بالشراء وأخيراً هناك المستهلك أو المستعمل للسلعة. وهنا يجب أن نفرق بين الأدوار المختلفة في اتخاذ القرار الشرائي، فقد يكون المقرر والمشتري والمستهلك أشخاصاً مختلفة أو يكونوا نفس الفرد، ولا تختلف الأدوار من ناحية السياق في الشراء التقليدي عن الشراء الإلكتروني عبر الإنترنت، وبالنسبة لشراء السلع المعمرة قد يكون أكثر من فرد في الدور الواحد إما مقررين أو مشترين أو مستهلكين.

4- زيادة الاهتمام بخدمات ما بعد البيع

وبالنظر إلى السلع المعمرة، نجد أنها تحتاج إلى خدمات قبل وبعد عملية الشراء، وهذا بالإضافة إلى توافر الصيانة والإصلاح والضمان وقطع الغيار، كذلك كلها تلعب دوراً بالغ الأثر على قرارات الشراء لدى المستهلك ذلك لأن طول عمر السلعة وحاجتها إلى الصيانة حتى تقوم بأداء وظيفتها يتطلب قيام المنتج ببعض الخدمات التي تضمن المحافظة على السلعة من: النقل للمستهلك، الضمان، الصيانة، إجراءات التقسيط، التركيب.. الخ.

5- الشراء بكميات محدودة وعلى فترات متباعدة

حيث لا تتعدى في الغالب الواحدة من السلعة لأنها تكفي لإشباع رغبات جميع أفراد العائلة، كما أن الشراء يتم على فترات متباعدة لأن السلعة تعيش فترة زمنية طويلة.

6- الاختيار للسلع المعمرة

يتم بناءً على التأكد من بلد المنشأ، بيانات الوكيل أو المستورد، مكونات ومواصفات السلعة، وتاريخ الصنع. وكذلك الاسم والعلامة التجارية، وخبرات الآخرين السابقة في استخدام هذه السلعة وقدرة السلعة على تأدية الغرض من شرائها، والمواصفات التكميلية.

- الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

1. دراسة (بكر، 2014) بعنوان: ¹⁴ تأثير جنسية وبلد الصنع للهاتف المحمول على ولاء العميل المصري نحو العلامة التجارية.

هدفت الدراسة الحالية إلى معرفة تأثير جنسية وبلد الصنع للهاتف المحمول على ولاء العميل المصري نحو العلامة التجارية. توصلت الدراسة إلى تكرار شراء العلامة التجارية نفسها من قبل العملاء، واهتمامهم بجنسية و بلد الصنع ، على الرغم من تنوع و اختلاف العلامات التجارية ، كما لاحظ اهتمام المؤسسات المالكة للهواتف المحمولة بالتطوير و الابتكار المستمر في هذا المجال ، اعتماداً على البيانات و المعلومات و الدراسات التي تتناول سلوك واهتمامات المستهلكين.

2. دراسة (فاتح، 2011) بعنوان: ¹⁵ دراسة تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج وعلامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية. ولقد اشتملت عينة الدراسة على 1500 مفردة موزعة على القطر الجزائري تم الاعتماد فيها على تقنية القوائم Online Data Base و المستقاة من قواعد البيانات المباشرة Online Questionnaire الاستقصائية المباشرة توصلت الدراسة إلى أن اتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو بلد منشأ المنتج و علامته التجارية تؤثر بشكل كبير على تقييمهم لهذا الأخير، خصوصاً إذا ما اعتمدت مع باقي المتغيرات للتأثير على النية الشرائية للمستهلك و التي وصلت نسبتها التفسيرية إلى % 89.5 و هو ما يعتبر نسبة معتبرة.

كما أن اتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو بلد منشأ العلامة التجارية أقوى تأثيراً من اتجاهاتهم نحو بلد منشأ المنتج على تقييمهم لهذا الأخير.

3. دراسة (الحاسم ، 2009) بعنوان: ¹⁶ أثر سمعة بلد المنشأ على إتخاذ القرار الشرائي في الأسواق الدولية.

هدفت الدراسة إلى التعرف على سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية في الأسواق الدولية، بالإضافة إلى التعرف على سمعة بلد المنشأ في إتخاذ القرار الشرائي. وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي أجريت وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها. وكان من أهم نتائج البحث أنه يتم الاعتماد على سمعة بلد المنشأ عند الاختيار واتخاذ قرار الشراء باعتبار أن

هذه السمعة تعد مؤشراً لجودة السيارة، خاصة بالمقارنة مع البدائل المتاحة من السيارات والتفضيل بينها .
4.دراسة (أكارن، 2008) بعنوان:¹⁷ تحليل إتجاهات المستهلك الجزائري نحو المنتجات المستوردة.

هدفت الدراسة إلى فهم كيفية تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية في قطاع الأجهزة الكهرومترلية، وبصفة خاصة نحو جهاز المكيف الهوائي لمعرفة مدى وكيفية تقييم المستهلك للمنتج المحلي مقارنة بمثله من المنتجات المستوردة والأجنبية. من أجل الإجابة على مشكلة الدراسة، والأسئلة الفرعية المدرجة، تم اعتماد المنهج الوصفي والتحليلي، كما تم استعمال المسح المكتبي لمختلف البيانات المتوفرة. بما فيها النشرات الإحصائية، واستعمال أسلوب المقابلة الشخصية.

ومن بين النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أكثر من نصف العينة يفضلون المكيفات التي تحمل علامات تجارية أجنبية مقارنة بتلك التي تحمل علامات تجارية وطنية من منطلق أهم يرون أن العلامات التجارية الأجنبية أفضل جودة من الوطنية، وهو ما يدل على أن خصائص المنتج تعتبر أحد أهم العوامل المكونة لإتجاهات المستهلكين الجزائريين نحو بلد منشأ المنتج.

ثانيا: الدراسات باللغة الأجنبية

1.دراسة (Borzooei, Asgari,2015) بعنوان :¹⁸

Country-of-Origin Effect on Consumer Purchase Intention of Halal Brands.

هدفت هذه الدراسة لاستكشاف ما إذا كان بلد المنشأ يؤثر على نية الشراء في اختيار العلامات التجارية الحلال من الدول الإسلامية وغير الإسلامية.
حيث أشارت نتائج الدراسة إلى أن بلد المنشأ ليس له أي تأثير على المستهلكين عند اختيار العلامات التجارية الحلال. حيث كانت هناك مزاعم بأن الدول الإسلامية هي أكثر موثوقية، ولكن في الواقع، بلد المنشأ لا يؤثر على نية الشراء عند اختيار العلامات التجارية الحلال. وأن قرارات تحديد العلامات التجارية الحلال لغالبية المستطلعين استندت على الذوق والسعر والتعبئة والتغليف. ووجد أيضا أنه عندما نتحدث عن الحلال، فإن غالبية المستطلعين لم يقولوا أن لديهم رأي مختلف في الحلال إذا كانت مصدقة من قبل الدول الإسلامية مقابل دول غير الإسلامية وهكذا. تم التوصل إلى النموذج الذي يكشف عن العوامل التي تؤثر على نية الشراء من المستهلكين في السوق وهي: متطلبات الحلال، صناعة الحلال، الإجراءات،

وبيئة الأعمال، وتفسير الحلال والموارد البشرية. وأخيراً، ثمة استنتاج آخر يشير إلى أن المملكة المتحدة كبلد غير مسلم هو الأكثر موثوقية، في حين وجد أن المملكة العربية السعودية لديها تشريعات صارمة في الامتثال للحلال بين الدول الإسلامية. وأوصت الدراسة بأن بعض الدول تحتاج إلى إيلاء مزيد من الاهتمام بالحلال ليس فقط كنشاط تجاري ولكن بوصفها حاجة روحية للمستهلكين المسلمين، وإنشاء مصداقيتها في السوق.

2.دراسة (Jimenez , Martin,2014) بعنوان: ¹⁹

The Mediation of Trust in Country of Origin Effects across Countries, Cross Cultural Management.

هدفت هذه الورقة إلى التحقق فيما إذا كانت الثقة تلعب دور الوسيط في تأثير سمعة العلامة التجارية لبلد المنشأ وهل لعداء المستهلك اتجاه بعض الدول أثر في تحديد نوايا الشرائية في كل من الأسواق الناشئة والمتقدمة. شملت عينة الدراسة 476 من مالكي السيارات المكسيك والاسبان لتقييم السيارات الأمريكية.

توصلت الدراسة انه في اقتصاد الأسواق الناشئة فإن سمعة العلامة التجارية لبلد المنشأ تؤثر في الثقة والنية في الشراء أكثر من الأسواق المتقدمة. كما وجدت الدراسة أن تأثير بلد المنشأ يكون أقوى عندما يشعر المستهلكين بالعداء تجاه بلد أجنبي. وأوصت الدراسة ببناء سمعة للعلامة التجارية حتى تستطيع النجاح في الأسواق الدولية.

3.دراسة (Bhakar and Bhakar ,2013) بعنوان: ²⁰

Relationship Between Country of Origin, Brand Image and Customer Purchase Intentions

هدفت هذه الدراسة لمعرفة تأثير بلد المنشأ وصورة العلامة التجارية على نوايا شراء العملاء.اعتمدت الدراسة على الردود الواردة من 150 مستجيباً على أساس عينة غير احتمالية . أشارت النتائج إلى أن بلد المنشأ يؤثر سلباً على نية الشراء للعملاء، لكن عند شراء الثلاجة يصبح التأثير كبيراً إذا ما تم تقييم بلد المنشأ ، كما وأوضحت الدراسة بأنه وجد أن صورة العلامة التجارية تؤثر إيجابياً على نوايا الشراء لدى العملاء. وأوصت الدراسة أنه يجب على الشركات التركيز على بناء صورة إيجابية وقوية للعلامة التجارية لمنتجها في أذهان المستهلكين حيث أن بلد المنشأ لا يؤثر على نوايا الشراء لدى العملاء.

4.دراسة (Ghani,et.al,2007) بعنوان: ²¹

Country-of-Origin Effect on Consumer Purchase Decision of Durable Goods in Pakistan.

هدفت هذه الدراسة لدراسة تأثير بلد المنشأ في بناء متعدد الأبعاد، مع الأخذ بعين الاعتبار دور العوامل المختلفة مثل السعر، واسم العلامة التجارية في قرار شراء المستهلك للسلع المعمرة في باكستان. تم جمع البيانات من 341 شملهم الاستطلاع في بيشاور ذات الدخل المرتفع مع اختلاف الوضع التعليمي من خلال الاستبيانات باستخدام عينة ملائمة. تم تحليل البيانات من خلال استخدام SPSS. توصلت الدراسة إلى أن بلد المنشأ للمنتج لديه تأثير كبير على تصورات المستهلك لجودة المنتج. كما ترتبط تصورات المستهلكين للدول المختلفة بجودة منتجها، حيث يربط جودة المنتج ببلد المنشأ.

-الطريقة وإجراءات الدراسة-

1- منهج الدراسة:

في ضوء طبيعة مشكلة الدراسة وأهدافها، فقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي لوصف استجابات أفراد عينة الدراسة وتقديرهم حول مستوى تقييم متغيرات بلد المنشأ، وكذلك لوصف مستوى تقييمهم لمتغير اتخاذ قرار الشراء. من جانب آخر، تم استخدام المنهج التحليلي لقياس أثر بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء.

2- مجتمع الدراسة وعينتها:

أ. مجتمع الدراسة

يتألف مجتمع الدراسة من المستهلكين الأردنيين في مدينة عمان.

ب. عينة الدراسة

نظراً لكبر مجتمع الدراسة فقد تم اختيار عينة ملائمة بحجم (1000) وذلك على أساس السهولة والملائمة في الوصول إليهم وضمن شروط محددة، منها العمل على شمولية عينة الدراسة على فئات عمرية، ودخلية، وأماكن سكنية ومستويات تعليمية مختلفة تعكس الواقع الفعلي للمستجيبين. بعد ذلك تم توزيع (1000) استمارة استبيان على أفراد العينة، وتم استرجاع (980) استبانة، وبعد مراجعة وتدقيق الاستبيانات المسترجعة، تم استبعاد (20) استبيانات لعدم صلاحيتها بسبب عدم الإجابة على عدد من فقراتها، وبهذا بلغ عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي (960) استبانة، حيث بلغت نسبة الاستبيانات الصالحة من العدد المسترجع (96%).

أثر بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء دراسة ميدانية على السلع الاستهلاكية المعمرة صينية المنشأ في مدينة عمان
د.إياد عبد الإله خنفر + د.مصطفى سعيد الشيخ

وشملت الدراسة تفصيل لخصائص العينة التي شاركت في البحث ، الجدول التالي يوضح خصائص العينة من حيث الجنس والعمر والمؤهل العلمي والدخل الشهري.

الخصائص	الصفة المميزة	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكور	656	68.3
	إناث	304	31.7
المستوى التعليمي	دراسات عليا	169	17.6
	بكالوريوس	409	42.4
	دبلوم	219	23
	مهني	163	17
العمر	أقل من 30 سنة	434	45.2
	31-40	194	20.2
	41-50	165	17.2
	51 فأكثر	167	17.4
الدخل	200 فأقل	44	19.3
	201-400	93	40.8
	401-600	52	22.8
	601-1000	11	4.8
	1001 فأكثر	2	0.9

3- حدود الدراسة

واجهت الدراسة عدة محددات شملت على:
الحدود البشرية: تكونت عينة الدراسة من المستهلكين النهائيين في عدد من مراكز التسوق في مدينة عمان.
الحدود المكانية: مدينة عمان.
الحدود الزمانية: كانت الدراسة خلال الفترة ما بين 2015/8/6 حتى 2015/8/30
الحدود الموضوعية: أثر بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء الاستهلاكي.

4- أداة الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وبعد الرجوع إلى الأدب الإداري المتعلق بإدارة التسويق، تم صياغة أداة لقياس أثر بلد المنشأ على اتخاذ قرار الشراء. وتكونت الأداة من ثلاثة أجزاء، تناول الجزء الأول منها على المعلومات الشخصية والوظيفية والمتمثلة بـ

(الجنس، العمر، المؤهل العلمي، والدخل الشهري)، أما الجزء الثاني فقد تناول متغيرات بلد المنشأ المتمثلة بـ (خدمات ما بعد البيع، مستوى الجودة، وتوفر المعلومات) موزعة على (14) فقرة، في حين تناول الجزء الثالث متغير اتخاذ قرار الشراء بواقع (6) فقرات. وقد تم استخدام مقياس ليكرت (Likert Scale) خماسي التدرج، حيث تم اعتماد مقياس لمستوى تقييم متغيرات الدراسة، حيث احتسبت درجة القطع من خلال قسمة الفرق بين أعلى قيمة للمقياس (5) وأقل قيمة فيه (1) على ثلاثة مستويات، أي إن درجة القطع هي $\{(5-1) / 3 = 1.33\}$. وبذلك تكون مستويات الممارسة كالتالي:

درجة تقييم مرتفعة	درجة تقييم متوسطة	درجة تقييم منخفضة
5 - 2.68	3.67 - 2.34	2.33 - 1

وتم قياس صدق الأداة وثباتها، على النحو الآتي:

أ. صدق الأداة:

تم التحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين في جامعة الزرقاء والجامعات الأردنية من أصحاب الخبرة والمعرفة بإدارة التسويق والإحصاء التطبيقي ومنهجية البحث العلمي، بهدف التحقق من درجة ملائمة صياغة الفقرات لغويا، ومدى انتماء الفقرات إلى متغيرات الدراسة. وقد تم الأخذ بنظر الاعتبار ملاحظات الخبراء والمحكمين، حيث تم تعديل صياغة بعض الفقرات وحذف البعض الآخر منها، لغرض إخراج الاستبانة بصيغتها النهائية.

ب. ثبات الاستبانة:

للتحقق من ثبات الاستبانة، تم حساب معامل الثبات للأداة (قياس الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة) باستخدام معادلة (كروناخ ألفا) (Cronbch Alpha)، حيث بلغ معامل الثبات للأداة الكلية (78%)، وتعد هذه النسبة جيدة. كما هو موضح بالجدول (1) الآتي:

الجدول (1) نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة (الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة)

المتغيرات والأبعاد	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
جودة السلع المعمرة	4	0.72
خدمات ما بعد البيع	6	0.80
توفر المعلومات	4	0.60
اتخاذ قرار الشراء	6	0.63
الأداة الكلية	20	0.78

5- أساليب المعالجة الإحصائية:

لأغراض المعالجة الإحصائية تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية الوصفية والتحليلية المتوفرة في برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وذلك للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، والأساليب الإحصائية التي تم استخدامها هي:

- 1- معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient).
- 2- التكرارات والنسب المئوية (Frequencies & Percentages).
- 3- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (Mean & Standard Deviation).
- 4- اختبار عوامل تضخيم التباين (Variance Inflation Factors - VIF).
- 5- اختبار كولموكروف - سميروف (One-Sample Kolmogorov - Smirnov).
- 6- تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression).
- 7- تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple regression).

رابعاً: نتائج تحليل البيانات واختبار الفرضيات:

1- النتائج المتعلقة بالإجابة عن سؤال الدراسة:

ما مستوى تقييم أفراد عينة الدراسة لمتغيرات بلد المنشأ، واتخاذ قرار الشراء؟ وللإجابة عن سؤال الدراسة، فقد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات أفراد العينة، لكل متغير من متغيرات بلد المنشأ واتخاذ قرار الشراء. كما هو موضح بالجدول رقم (2) الأتي:

جدول (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقييم أفراد العينة لمتغيرات بلد المنشأ واتخاذ قرار الشراء

ت	متغيرات الدراسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب المتغيرات	مستوى التقييم
1	جودة السلع المعمرة	3.56	1.16	2	متوسطة
2	خدمات ما بعد البيع	3.48	1.28	3	متوسطة
3	توفر المعلومات	4.23	1.12	1	مرتفعة
4	اتخاذ قرار الشراء	4.27	1.22	-	مرتفعة

يتضح من نتائج الجدول (2)، بأن استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تقييم متغيرات بلد المنشأ واتخاذ قرار الشراء كانت (إيجابية). إن ما يؤيد ذلك قيم المتوسطات الحسابية المحسوبة للمتغيرات المذكورة والبالغة (3.56، 3.48، 4.23، 4.27) على التوالي، وهذا يعني بأن مستوى تقييم أفراد عينة الدراسة لمتغيرات بلد المنشأ واتخاذ قرار الشراء كان بدرجة (مرتفعة)، من وجهة نظر أفراد العينة.

نتائج اختبار فرضيات الدراسة

قبل الحصول على نتائج اختبار فرضيات الدراسة، ارتأى الباحث إجراء بعض الاختبارات المطلوبة لإغراض التحليل الإحصائي وكالآتي:

أ- اختبار عوامل تضخم التباين (VIF):

تم استخدام هذا الاختبار، وذلك للتحقق من وجود ظاهرة التداخل الخطي المتعدد (Multicollinearity) بين المتغيرات المستقلة من عدم وجودها. والجدول (3) يوضح ذلك:

الجدول (3) نتائج اختبار عوامل تضخم التباين (VIF)

ت	متغيرات بلد المنشأ	Tolerance	VIF
1	جودة السلع المعمرة	0.664	1.507
2	خدمات ما بعد البيع	0.672	1.489
3	توفر المعلومات	0.983	1.017

يتبين من خلال نتائج الجدول (3)، عدم وجود ظاهرة التداخل الخطي المتعدد (Multicollinearity) بين المتغيرات المستقلة المتمثلة بـ (جودة السلع المعمرة، خدمات ما بعد البيع، وتوفر المعلومات)، إن ما يؤكد ذلك قيم الاختبار (VIF) المحسوبة للمتغيرات المذكورة، والبالغة (1.507، 1.489، 1.017) على التوالي، حيث أن جميع هذه القيم أقل من معيار الاختبار البالغ (5) .

ب- اختبار كولوكروف- سميرنوف (One-Sample K-S Test):

تم استخدام هذا الاختبار، وذلك للتحقق من أن بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي (Normal Distribution) من عدمه، وذلك من خلال اختبار الفرضية الآتية:
 H_0 : تخضع بيانات الدراسة للتوزيع الطبيعي.
 H_1 : لا تخضع بيانات الدراسة للتوزيع الطبيعي.
والجدول رقم (4) التالي، يوضح نتائج اختبار الفرضية السابقة:

الجدول (4) نتائج اختبار كولوكروف- سميرنوف (One-Sample K-S Test)

متغيرات الدراسة	عدد المشاهدات (N)	قيمة (Z) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
جودة السلع المعمرة	960	1.005	0.265
خدمات ما بعد البيع	960	0.892	0.404
توفر المعلومات	960	1.472	0.134
اتخاذ قرار الشراء	960	1.374	0.169

قيمة (Z) الجدولية هي (1.96) عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

أظهرت نتائج الجدول (4) السابق، بأن جميع قيم (Z) المحسوبة لمتغيرات الدراسة المتمثلة بـ (جودة السلع المعمرة، خدمات ما بعد البيع، توفر المعلومات، واتخاذ قرار الشراء)، أقل من قيمة (Z) الجدولية البالغة (1.96)، وكذلك أن جميع قيم الدلالة الإحصائية هي أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$). وفي ضوء النتائج السابقة تم قبول فرضية العدم (H_0). وهذا يعني بأنه قد تأكد للباحث بأن بيانات متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

وفي ضوء النتائج السابقة، وبعد أن تم التأكد من عدم وجود ظاهرة التداخل الخطي المتعدد بين المتغيرات المستقلة، وكذلك أن بيانات متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي. سيتم اختبار فرضيات الدراسة كالتالي:

اختبار الفرضيات الفرعية

1- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

H_{02} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبلد المنشأ من حيث جودة السلع المعمرة على اتخاذ قرار الشراء، عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

للتحقق من صحة الفرضية الفرعية الأولى، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression)، والجدول رقم (5) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط:

جدول (5) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، لقياس أثر بلد المنشأ من حيث جودة السلع المعمرة على اتخاذ قرار الشراء

المتغيرات	R	T الجدولية	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
جودة السلع المعمرة	0.264	1.96	2.506	0.014
معامل التحديد (R^2)	0.070			

يتبين من خلال نتائج الجدول رقم (5) ما يلي:

هناك أثر دال إحصائياً بين المتغير المستقل و التابع . إن ما يؤكد ذلك قيمة (t) المحسوبة والبالغة (2.506)، أكبر من قيمة t الجدولية (1.96) كذلك أن قيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.014) هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، وهذا يعني يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لبلد المنشأ من حيث جودة السلع المعمرة على اتخاذ قرار الشراء. وفي ضوء النتائج السابقة تم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة ومفادها: (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لبلد المنشأ من حيث جودة السلع المعمرة على اتخاذ قرار الشراء).

تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.07)، إلى أن جودة السلع المعمرة تفسر ما نسبته (7%) من التغيرات التي تطرأ على اتخاذ قرار الشراء، أما النسبة المتبقية والبالغة (93%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار الخطي البسيط.

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

H₀₃: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبلد المنشأ من حيث خدمات ما بعد البيع على اتخاذ قرار الشراء، عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

الجدول رقم (6) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط:

جدول (6) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، لقياس أثر بلد المنشأ من حيث خدمات ما بعد البيع على اتخاذ قرار الشراء

المتغيرات	R	T الجدولية	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
خدمات ما بعد البيع	840.1	1.96	1.720	0.089
معامل التحديد (R^2)	0.034			

يتبين من خلال نتائج الجدول رقم (6)، ما يأتي:

لا يوجد أثر دال إحصائياً، إن ما يؤكد ذلك قيمة (t) المحسوبة والبالغة (1.720) أقل من قيمة t الجدولية (1.96)، وكذلك قيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.089) هي أكبر من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، وهذا يعني عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لبلد المنشأ من حيث خدمات ما بعد البيع على اتخاذ قرار الشراء. وفي ضوء النتائج السابقة تم قبول الفرضية العدمية ورفض الفرضية البديلة ومفادها: (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لبلد المنشأ من حيث خدمات ما بعد البيع على اتخاذ قرار الشراء).

تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.034)، إلى أن خدمات ما بعد البيع تفسر ما نسبته (3.4%) من التغيرات التي تطرأ على اتخاذ قرار الشراء، أما النسبة المتبقية والبالغة (96.6%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار الخطي البسيط.

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

H₀₄: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبلد المنشأ من حيث توفر المعلومات على اتخاذ قرار الشراء، عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

الجدول رقم (7) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط:

جدول (7) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، لقياس أثر بلد المنشأ من حيث توفر المعلومات على اتخاذ قرار الشراء

المتغيرات	R	T الجدولية	قيمة (t) المحسوبة	الدلالة الإحصائية
توفر المعلومات	0.570	1.96	5.084	0.000
معامل التحديد (R^2)	0.235			

يتبين من خلال نتائج الجدول رقم (7)، ما يأتي:

ثبوت أثر الدلالة الإحصائية لمتغير توفر المعلومات. إن ما يؤكد ذلك قيمة (t) المحسوبة والبالغة (5.084)، أكبر من T وكذلك أن قيمة الدلالة الإحصائية البالغة (0.000) هي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، وهذا يعني يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لبلد المنشأ من حيث توفر المعلومات على اتخاذ قرار الشراء. وفي ضوء النتائج السابقة تم رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة ومفادها: (يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) لبلد المنشأ من حيث توفر المعلومات على اتخاذ قرار الشراء).

تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغة (0.235)، إلى أن توفر المعلومات تفسر ما نسبته (23.5%) من التغيرات التي تطرأ على اتخاذ قرار الشراء، أما النسبة المتبقية والبالغة (76.5%) فإنها تعزى إلى متغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الانحدار الخطي البسيط.

نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

H_{01} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغيرات بلد المنشأ المتمثلة بـ (جودة السلع المعمرة، خدمات ما بعد البيع، وتوفر المعلومات) على قرار الشراء، عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

جدول (8) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

المتغير التابع	معامل الارتباط r	معامل التحديد r^2	F المحسوبة	درجة الحرية	مستوى الدلالة F	المتغير المستقل	قيمة B
قرار الشراء	0.615	0.378	75.285	4	0.000	جودة السلع	0.012
				956		خدمات ما بعد البيع	0.132
				959		توفر المعلومات	0.220

من الجدول السابق يتبين أن مستوى الدلالة لقيمة F أقل من 0.05 و بذلك نرفض الفرضية العدمية و نقبل الفرضية البديلة أي أن يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغيرات بلد

المنشأ المتمثلة بـ (جودة السلع المعمرة، خدمات ما بعد البيع، وتوفر المعلومات) على اتخاذ قرار الشراء، عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$). وأن المتغيرات المستقلة مجتمعة تفسر ما مقداره 37.8% من المتغير التابع و نستدل عليها من قيمة $R = 0.378$

- النتائج والتوصيات

1- الاستنتاجات:

أ. أظهرت النتائج المتعلقة بالإجابة عن سؤال الدراسة بأن استجابات المستهلكين حول مستوى تقييم متغيرات بلد المنشأ واتخاذ قرار الشراء كانت (إيجابية). وهذا يعني بأن درجة تقييم المستهلكين لمتغيرات بلد المنشأ واتخاذ قرار الشراء كانت بدرجة (مرتفعة)، من وجهة نظر أفراد العينة. واتفقت هذه الدراسة مع دراسة (فاتح، 2013) والتي بينت أن اتجاهات المستهلكين عينة الدراسة نحو بلد منشأ المنتج تؤثر بشكل كبير على تقييمهم وقراراتهم الشرائية.

ب. بينت نتائج التحليل المتعلقة بمتغيرات بلد المنشأ، بحصول متغير (توفر المعلومات) على المرتبة (الأولى)، وجاء متغير (جودة السلع المعمرة) بالمرتبة (الثانية)، وأخيراً حصل متغير (خدمات ما بعد البيع) على المرتبة (الثالثة) والأخيرة على سلم أولويات المستهلكين واهتماماتهم. واختلفت هذه الدراسة مع دراسة (أكان، 2008) والتي إعتبرت الجودة كأحد أهم العوامل المكونة لاتجاهات المستهلكين عينة الدراسة نحو بلد منشأ المنتج.

ج. أشارت نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الأولى إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$)، لمتغيري بلد المنشأ المتمثلة بـ (توفر المعلومات، وجودة السلع المعمرة) على اتخاذ قرار الشراء. علماً بأن هذه الدراسة اتفقت مع دراسة (الحاسم، 2009) والتي ركزت على أن جودة المنتج هو العامل الأساسي في لإتجاهات عينة الدراسة نحو بلد المنشأ.

د. أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الأولى أيضاً، عدم وجود أثر دال إحصائياً لمتغير بلد المنشأ (خدمات ما بعد البيع) على اتخاذ قرار الشراء.

2- التوصيات

في ضوء النتائج التي أسفرت عنها هذه الدراسة، يوصي الباحث بما يأتي:
أ. العمل على زيادة وعي المستهلكين حول أهمية متغير بلد المنشأ (خدمات ما بعد البيع) أسوة بالمتغيرات الأخرى لبلد المنشأ، نظراً لحصوله على الترتيب الأخير في سلم أولويات المستهلكين واهتماماتهم.

ب. ضرورة إدكاء مفهوم بلد المنشأ (الصنع) لدى المستهلكين كونه يلعب دورا فاعلا ومؤثرا في تسهيل عملية اتخاذ قرار الشراء المتعلق بتفضيل سلعة أجنبية على أخرى عند اتخاذ القرار النهائي للشراء.

ج. توصي الدراسة بضرورة إرساء الثقافة لدى المستهلكين بأن بلد المنشأ يعد في كثير من الأحيان حافزا للمستهلكين باتخاذ قراراتهم الشرائية للسلع.

د. من الواجب على المؤسسات السلعية أن تركز على نشر الوعي بين المستهلكين على أهمية أثر بلد المنشأ على اتخاذ القرار الشرائي وذلك من خلال توظيف مندوبين مبيعات ذو كفاءة عالية ومؤهلات علمية.

اتجاهات البحوث المستقبلية

وفقا لنتائج الدراسة فمن الضروري توجيه الباحثين بإجراء دراسات مستقبلية تتناول متغيرات أخرى، تختلف عن المتغيرات التي تناولتها هذه الدراسة، مع استخدام أساليب إحصائية أخرى لمعالجة بيانات الدراسة التي سيتم إجرائها مستقبلاً.

الهوامش

¹ Balabanis George (2004)Adamantios Diamantopoulos.Domestic Country Bias, Country-of-Origin Effects, and Consumer Ethnocentrism,Journal of Academy of Marketing Science; 32, 1; ABI/INFORM Global.

² فؤاد، هبة علي اتجاهات المستهلكين نحو دولة المنشأ وأثرها على تصميم المزيج التسويقي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، جامعة القاهرة، مصر 2004.

³ Gerald Haubl(1996)A cross-national investigation of the effects of country of origin and brand name on the evaluation of a new car.International Marketing Review, Vol. 13 No. 5, pp. 76-97.

⁴ عزام، زكريا و حسونة، عبدا لباسط و الشيخ مصطفى مبادئ التسويق الحديث، دار المسيرة، عمان 2014

⁵ الضمور، هاني حامد تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان 2008

⁶ المؤذن، محمد صالح مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان 1999

⁷ عبيدات، محمد إبراهيم و الضمور، هاني حامد و حداد شفيق إدارة المبيعات والبيع الشخصي، دار وائل للنشر. الأردن 2008

⁸ معلا، ناجي وتوفيق، رائف أصول التسويق، المكتبة الوطنية، عمان 2006

⁹ الحماد، عبد الرحمن سلوك المستهلك السعودي عند عدم الرضا بعد الشراء: دراسة تطبيقية على المستهلك السعودي بالمنطقة الشرقية للمملكة السعودية، مجلة جامعة الملك سعود، العلوم الإدارية، المجلد الخامس 2009، رقم 1.

¹⁰ Liu, Scott S and Keith F Johnson "The Automatic Country-of-Origin Effects on Brand Judgements". *Journal of Advertising* 2005, 34 (1): 87-97.

¹¹ هاشم، طارق نظم المعلومات التسويقية، دار تسنيم للنشر و التوزيع، عمان 2012.

¹² محمد المرسي، جمال الدين اتجاهات المستهلك المصري نحو مفهوم "صنع في": دراسة ميدانية، مجلة آفاق جديدة، جامعة المنوفية، مصر 1989.

¹³ أبو قحف، عبد السلام و عباس، نبيلة و الغرباوي، علاء التسويق، المكتب الجامعي الحديث مصر 2006.

¹⁴ بكر، أشرف محمد عبد العاطي (2014) تأثير جنسية و بلد الصنع للهاتف المحمول على ولاء العميل المصري نحو العلامة التجارية، أطروحة دكتوراه منشورة.

¹⁵ فاتح، مجاهدي دراسة تأثير الاتجاهات نحو بلد منشأ المنتج و علامته التجارية على تقييم المستهلك الجزائري للمنتجات المحلية والأجنبية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر (3).

2013

¹⁶ الحاسم، محمد أثر سمعة بلد المنشأ على اتخاذ القرار الشرائي في الأسواق الدولية، مجلة جامعة تشرين 2009، العدد 3، المجلد 31.

¹⁷ آكارن، ريم تحليل اتجاهات المستهلك الجزائري نحو المنتجات المستوردة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة سعد دحلب، البلدة، الجزائر 2008.

¹⁸ Borzooei Mahdi and Maryam Asgari (2015) Country-of-Origin Effect on Consumer Purchase Intention of Halal Brands, *American Journal of Marketing Research*, Vol. 1, No. 1, 2015, p. 1-10.

¹⁹ Jimenez Nadia and Sonia San Martín (2014) The Mediation of Trust in Country of Origin Effects Across Countries, *Cross Cultural Management*, Vol. 21 Iss: 2, p. 150- 171.

²⁰ S. S. Bhakar and Shailja Bhakar (2013) Relationship Between Country of Origin, Brand Image and Customer Purchase Intentions, *Far East Journal of Psychology and Business*, Vol. 10 No. 2 .

²¹ Ghani Usman , M.Rashid Salaria ,and Farzand Ali Jan (2007) Country-of-Origin Effect on Consumer Purchase Decision of Durable Goods in Pakistan, *Journal of Management Sciences* ,Vol 1, Number 1

تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) خلال الفترة (2015-2007)

أ/ زيان بروجعة علي*

مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا

جامعة الشلف - الجزائر

Abstract :

Tourism of the most important economic sectors are considered important in the world, and this is reflected in the economic indicators and statistics for the contribution of industry to GDP and also in employment and bring in foreign investment, which will reflect positively on economic development. Due to this importance, many of the economic and tourism organizations tried to issue periodic and annual reports in order to highlight the various aspects related to tourism both from statistical, economic or marketing or strategic side. We find among these reports, Report of the World Economic Forum, a competitive travel and tourism report, which highlights the most important indicators of tourism and its competitiveness internationally, both those related to human and cultural vendor, or the natural and cultural, or organizational and strategic side. Through analysis of the competitive tourist and evaluation of the North African countries, and based on this report, international or Arab, whether, we find that they are still weak and do not reflect the tourism potential enjoyed by these countries, due this to the lack of realism in dealing with this sector by the government, and the lack of a clear strategy based on deliberate targets relieve the status of the sector and territories domestically and internationally.

* أستاذ مساعد قسم أ، المركز الجامعي، مايل Ziane_berroudja@yahoo.fr

مقدمة:

إن صناعة السياحة في الاقتصاد العالمي من الصناعات التي تولي لها معظم دول العالم لها أهمية كبيرة نتيجة مساهمتها البارزة في الاقتصاديات الوطنية، وأيضاً لأثارها المتعددة على القطاعات الأخرى كما تعتبر من أهم القطاعات المستقطبة للعمالة والاستثمارات الأجنبية. وبما إن السياحة تعتبر صناعة عالمية بمفهومها العام وتخضع للمنافسة التامة والطلب عليها دولي وليس فقط محلي فان تسعى الدول لتعزيز تنافسيتها السياحية لتحسين صورتها السياحية وأيضاً التأثير في السواح وجذبهم.

والتنافسية السياحية بمفهومها العام معياراً لتقييم الأداء النسبي للدول مقارنة بغيرها من دول العالم، وذلك للوقوف على جوانب الضعف والقوة لها في مجال السياحة. وقد اهتمت الكثير من المؤسسات الدولية بإعداد تقارير عن مستوى تنافسية الدول في مجالات اقتصادية عديدة وكان أحدثها في مجال السياحة والسفر، حيث أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر في عام 2007 وأخر تقرير له ذلك الصادر في 2015، وفتح المجال أمام تقييم إنجازات دول العالم في هذا المجال ووضعها في ترتيب تنازلي حسب معايير محددة. وعلى ضوء ما تقدم نطرح الإشكالية الرئيسية للدراسة:

ما واقع التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا إقليمياً ودولياً؟ وفيما تكمن مكان قوتها وضعفها؟

وعلى ضوء هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي أهم محددات مفهوم السياحة والتنافسية السياحية؟ وما هي مؤشراتها؟
- هل الأداء السياحي لدول شمال إفريقيا يعكس إمكاناتها؟ وأهميتها؟
- ما واقع التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا؟ وما موقعها إقليمياً ودولياً؟

الهدف من الدراسة:

من خلال هذه الإشكالية نحاول أن نعطي تحليل لواقع التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وتقييمها في الفترة الممتدة بين (2015/2007) بناء على تقارير إحصائية تصدر عن منظمات اقتصادية وسياحية إقليمية ودولية، وذلك بقياس المؤشر الكلي لتنافسية السياحة والسفر وأيضاً العوامل والسياسات المحفزة على تطوير هذا القطاع في دول شمال إفريقيا من بينها الإطار التنظيمي للسياحة ومناخ الأعمال والبنية التحتية للسياحة وكذلك الموارد الطبيعية والثقافية وعوامل الجذب السياحي.

منهج الدراسة:

من اجل الإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية، اتبعنا المنهج الاستنباطي ومن أدواته الوصف والتحليل للإحاطة بالجوانب النظرية للدراسة وتحليل المعطيات الإحصائية. كما استعملنا المنهج الاستقرائي من خلال أسلوب المقارنة خاصة في تحليل الجداول والمقارنة بين دول شمال إفريقيا فيما بينها، وبينها وبين باقي دول العالم. وستتطرق لهذه الدراسة من خلال المحاور التالية:

أخـور الأول: السياحة (التعريف، الدوافع، الأنواع)

أخـور الثاني: تعريف التنافسية السياحية ومؤشراتها

أخـور الثالث: واقع التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا

المحور الأول: السياحة (التعريف، الدوافع، الأنواع)

لقد حاول العديد من الباحثين لإعطاء تعريف موحد وشامل للسياحة، كما اجتهدت أيضا بعض المنظمات الدولية الناشطة في مجال السياحة أو الاقتصاد لتوحيد المفاهيم والجوانب الإحصائية المتعلقة بالسياحية خاصة المنظمة العالمية للسياحة، وفيما يلي نحاول ذكر مختلف وأهم التعاريف ودوافعها وأنواعها.

1- تعريف السياحة

يعود أصل كلمة « Tourism » إلى اللغة اللاتينية ومشتقة من مصطلح « tornare » وباليونانية « tornos »، ويقصد بها الفجار أو الدائرة، أي الحركة حول نقطة أو محور، وهذا المعنى تغير في اللغة الإنجليزية الحديثة لتمثل "التجوال"، وبإضافة التابع « ism » يدل على القيام بنشاط أو سلوك معين، أما عن إضافة اللاحق « ist » فهنا نعني المنفذ نظرا أو الشخص القائم بالنشاط. ومنه يقصد بالسياحة هي رحلة تبدأ من نقطة تمثل بدايتها ونهايتها مثل الدائرة.¹

وفي معجم مقاييس اللغة فان السين والياء والحاء، أصل صحيح، يقال ساح في الأرض، والسيح الماء الجاري. والمسايح هم الذين يسبحون في الأرض بالنميمة والشر والإفساد بين الناس.² وفي معجم لسان العرب، تعني السياحة الذهاب في الأرض للعبادة والترهب، وساح في الأرض يسبح سياحةً وسُوحاً وسَيِّحاً سَيِّحَاناً، أي ذهب.³ أما في معجم تاج العروس، لم يختلف عن المعاجم التي سبقته، فيرى أن السياحة هي مطلق الذهاب في الأرض، سواء كان للعبادة أو غيرها، واصلها من سيح الماء الجاري.⁴

وأشار قاموس لونغمان (Longman) أن السياحة « Tourism » هي مجموعة الأعمال التجارية التي يتم تقديمها وتوفيرها للسائح في مكان بقاءه.⁵ وتعرف السياحة حسب قاموس (Larousse) بأنها "عبارة عن عملية سفر قصد الترفيه عن النفس، فهي مجموعة من الإجراءات التقنية، والمالية والثقافية المتاحة في كل دولة أو في كل منطقة والمعبر عنها بعدد السواح".⁶

ولقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موضع، ونذكر منها قوله تعالى في الآية [112] من سورة التوبة ﴿التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾، وأيضاً لقوله تعالى في الآية [05] من سورة التحريم ﴿عَسَى رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكَ مِثْلًا مُسْلِمًا مُؤْمِنًا قَانِتًا تَائِبًا عَابِدًا سَائِحًا تَيِّبًا وَأَبْكَارًا﴾، وكذلك في الآية [02] من سورة التوبة ﴿فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ﴾.

ومعنى كلمة السائح في الآيتين الأولىين هو الصائم الملائم للمسجد، وسمى الصائم سائحاً لأنه يسبح من النهار بلا زاد.⁷ أما معنى الآية الثانية من سورة التوبة هو خطاب للمشاركين بان يسيروا في الأرض امنين غير خائفين لمدة أربعة أشهر ثم بعد ذلك إما يؤمنون وإما أن يخرجوا أو يعمل فيهم السيف فيقتلوا.⁸

وفي عام 1905 عرف جوير فريزر (E.Guyer Freuller) الألماني السياحة بأنها "ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغير الجو والإحساس بحمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة وسائل النقل". ومن هذا التعريف نلاحظ انه اهتم فقط بالجوانب الإنسانية والنفسية وأهمل الجانب الاقتصادي والثقافي.⁹

ويعرف دوغلاس بيرس (Douglas Pearce) في عام 1981 السياحة بأنها "ظاهرة تتبعها مجموعة علاقات قائمة على الرحلات والإقامة المؤقتة للمسافرين من اجل المتعة والترفيه، وقد تتباين مدة الإقامة، حيث تتراوح إحصائياً بين الإقامة لمدة أربع ليال على الأقل بالنسبة للسياحة الداخلية، وأربع وعشرون ساعة على الأقل بالنسبة للسياحة الدولية". ونلاحظ في هذا التعريف التمييز بين نوعين من السياحة، السياحة الداخلية والسياحة الدولية.¹⁰

أما المنظمة العالمية للسياحة (UNWTO) فتعرفها على أنها "نشاط إنساني و ظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن الإقامة الدائمة لهم إلى مناطق أخرى خارج

مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن السنة كاملة لغرض من أغراض السياحة المعروفة ما عدا الدراسة أو العمل" وهذا التعريف المعتمد في أغلب الدول.¹¹ وتعرفها الأكاديمية الدولية للسياحة بأنها (عبارة عن لفظ ينصرف إلى أسفار المتعة)، وأنها مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على إشباع رغبات السائح.¹² بينما تعرفها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OECD) السياحة بأنها "صناعة تعتمد على حركة السكان أكثر من البضائع".¹³

وعرفت المفوضية الأمريكية للموارد المعروفة (usnttrc) السياحة على أنها "نشاط ينتقل من خلاله الفرد مسافة لا تقل عن 50 ميلا، باستثناء النشاط الذي ينطوي على ذهاب الفرد إلى مكان عمله". أما في وجهة نظر مكتب الإحصاء السكان الأمريكي (USCB) فقد رفع المسافة إلى 100 ميل مع إضافة شرط مكوث المسافر ليلة أو أكثر بعيدا من مسكنه.¹⁴

ومن خلال المفاهيم السابقة الذكر، نخلص إلى تعريف السياحة بأنها "ظاهرة إنسانية واجتماعية، تقوم على انتقال الأفراد خارج بيئتهم المعتادة (محلية أو مغادرة أو وافدة) لغرض أو دافع معين (الترفيه، الرياضة، الدينية... الخ)، ولفترة زمنية مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 12 شهرا".

2- دوافع السياحة:

تتنوع الأسباب التي تدفع وتحفز الناس للقيام برحلة معينة إلى مكان ما في أرجاء العالم، فان بعض أو معظم هذه الأسباب تندمج وتتداخل مع بعضها بالنسبة إلى الشخص نفسه، وان اتخاذ القرار بالقيام برحلة معينة يكون نتيجة لدوافع متداخلة مع بعضها. وهناك عنصران مهمان في السفر هو عنصر الدفع وعنصر السحب، ويعتبر عنصر الدفع القوة التي تدفعك بعيدا عن حياتك اليومية ومناخ العمل، وحتى تتعد عن تفاصيل وروتين حياتك اليومية عليك الهروب لفترة من الوقت. بينما يمثل عنصر السحب قوة الجذب المتوفرة في مكان ما، فالمنظر الطبيعية الجميلة والمناخ المعتدل والمعاملة الودودة والطعام الطيب المذاق تجذب المسافرين لزيارة المكان.

ودائما ما يعمل عنصر الجذب والدفع معا لتحريك رغبة السفر وغالبا ما يتأثر السلوك أثناء السفر بعدة دوافع. وبالرغم من ذلك، فمن الممكن أن يؤثر على المسافر قوة الدفع أو قوة الجذب بحيث يتحكم احدهما في عملية اختياره لمكان ما.¹⁵

وهناك من يرى أن دوافع السياحة تنقسم إلى دوافع عامة ودوافع محددة، فالدوافع العامة تختلف من شخص إلى آخر تبعاً لمصالحه وذوقه وأوجه تفضيله. والدوافع المحددة بوجه عام، تستند إلى مجموعة من المتغيرات التي تتصل بالطاقات والصفات الشخصية، كما تتصل بالبيئة الاجتماعية والاقتصادية التي يعيش فيها الشخص.¹⁶

كما أن هناك من يفسر دوافع سلوك السائح بدافعين، الدافع الأول دافع الهروب، حيث أن السائح لديه حاجات يحاول تلبيتها، وبالتالي الخروج من الروتين بحثاً عن التغيير. أما الدافع الثاني، هو دافع المكافأة، وهنا قرار الخروج متخذ، حيث تشير الدراسات أن السائح على استعداد لأن يغير من نمط حياته خلال هذه الفترة ولا يفكر في تكلفة الزيارة.¹⁷

وقد وضع (Lundberg, 1980) في كتابه (The Tourist Business) ما يقارب 30 دافعاً وسبباً ومحركاً للأشخاص نحو السياحة والسفر وفي محاولة للإجابة على سؤال (لماذا يسافر السياح؟).¹⁸ بينما دلت دراسات منظمة السياحة العالمية على تبلور 42 دافع سفر متميز حتى الآن، ويلجا كل بلد إلى تصنيف السياح حسب أهم دوافع السفر التي تتوجه إليه.¹⁹

وتصنف المنظمة العالمية للسياحة (WTO) دوافع السياح الوافدين والغرض من زيارتهم إلى أربع فئات رئيسية، وهي:²⁰

- ✓ قضاء أوقات الفراغ والترفيه والأعياد.
- ✓ زيارة الأصدقاء والأقارب، والصحة والدين.
- ✓ الأعمال والمهنة.
- ✓ أخرى (دوافع ماعدا التي سبقتها).

وتختلف الدوافع السياحية باختلاف الأشخاص وطبائعهم، ومراحل العمر والجنس ومستوى التعليم والدخل والطبقة الاجتماعية المنتمين إليها والبيئة التي يعيشون فيها، وحجم العائلة. كما أن الدوافع السياحية تختلف بين السائحين التقليديين والجدد الذين يتميزون معظمهم بالمغامرة والتجديد والنشاط والثقافة.²¹

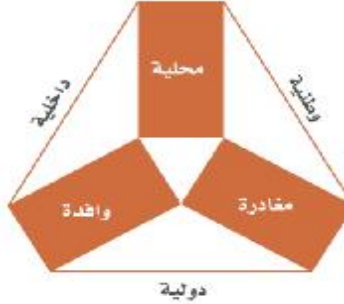
3- أنواع السياحة:

إن أهم تقسيم معتمد في العديد من الدول والمنظمات الاقتصادية الدولية، هو ذلك الذي يصنف السياحة حسب المعيار الجغرافي أو حسب وجهتها أو مصدرها، حيث نجد ثلاثة أنواع: سياحة داخلية ووطنية ودولية. وتصنف السياحة الداخلية بدورها إلى محلية ووافدة، والسياحة الوطنية إلى محلية ومغادرة، والدولية إلى وافدة ومغادرة.²² وللتميز بين

الأنواع السابقة للسياحة يجب على المخصي أن يكون بدراية بمجموعة من المعلومات الأساسية عن المسافر وهي في الغالب كما يلي:²³

- **محل الإقامة المعتاد:** يسمح مفهوم الإقامة بتصنيف الزوار وفقاً لمكان منشأهم وبوصف وجهتهم، ومن ثم يجعل بالإمكان تمييز الأشكال المختلفة للسياحة.
 - **الجنسية والمواطنة:** يختلف مفهوم "بلد الإقامة" للمسافر عن مفهوم جنسيته أو مواطنته وعادة ما يكون المسافر رعية أو مواطناً للبلد الذي تصدر حكومته جواز سفره^(*)، حتى ولو كان يقيم في بلد آخر، وكذلك الجنسية مبينة في جواز سفر المسافر (أو وثيقة تحقيق الشخصية الأخرى).
 - **الوجهة الرئيسية للرحلة:** وتحدد بأنها مكان الزيارة الرئيسي لقرار القيام بالرحلة. مع ذلك، إذا تعذر أن يحدد الزائر هذا المكان، تُحدد الوجهة الرئيسية بأنها المكان الذي قضى فيه معظم وقته خلال الرحلة.
- ويمكن أن نوضح في الشكل الموالي مختلف أنواع السياحة التي تأخذ بعين الاعتبار المحددات السابقة والتي تنقسم إلى ثلاثة أنواع سياحة وطنية، وسياحة داخلية، وسياحة دولية:

الشكل رقم (01): العلاقة بين أنواع السياحة



المصدر: الهيئة العامة للسياحة والآثار، توثيق تجربة الهيئة العامة للسياحة والآثار في تطوير قطاع اقتصادي جديد، مرجع سبق ذكره، ص23.

وتعريف أنواع السياحة الواردة في الشكل أعلاه كما يلي:²⁴

أ- السياحة المحلية: وهي تشمل أنشطة السائح المقيم داخل البلد المرجعي (أي بلد إقامة السائح) سواء كجزء من رحلة سياحية محلية^(**) أو كجزء من رحلة سياحية خارجية.

ب- السياحة الوافدة: وهي تشمل أنشطة الزائر غير المقيم داخل البلد المرجعي في رحلة سياحية وافدة.

ج- السياحة المغادرة: وهي تشمل أنشطة زائر مقيم خارج البلد المرجعي، سواء كجزء من رحلة سياحية خارجية أو كجزء من رحلة سياحية محلية.

وأشكال السياحة الأساسية الثلاثة الواردة أعلاه يمكن الجمع بينها بطرق مختلفة لاشتقاق أشكال أخرى للسياحة، وفي هذه الحالة ينبغي استخدام التعاريف التالية:²⁵

○ **السياحة الداخلية:** وهي تضم السياحة المحلية والسياحة الوافدة، أي أنشطة الزوار المقيمين وغير المقيمين داخل البلد المرجعي كجزء من رحلات السياحة المحلية أو الدولية.

○ **السياحة الوطنية:** وهي تضم السياحة المحلية والسياحة المغادرة، أي أنشطة الزوار المقيمين داخل وخارج البلد المرجعي، سواء جزء من رحلات السياحة المحلية أو الخارجية.

○ **السياحة الدولية:** وهي تضم السياحة الوافدة والسياحة المغادرة، أي أنشطة الزوار المقيمين خارج البلد المرجعي، سواء كجزء من رحلات السياحة المحلية أو المغادرة وأنشطة الزوار غير المقيمين داخل البلد المرجعي في رحلات السياحة الوافدة.

المحور الثاني: تعريف التنافسية السياحية ومؤشراتها

إن تنافسية القطاع السياحي تعتبر من أهم المؤشرات الاقتصادية التي تسعى معظم دول العالم لتعزيزها ودراستها من أجل تبيان مكان قوتها وضعفها وأيضاً لتبني سياسات واستراتيجيات في المدى المتوسط والقريب لرفع من مستوياتها. وفي هذا المحور سنحاول أن نتطرق إلى مفهوم التنافسية السياحية ومختلف الأبعاد والمحددات التي تتركز عليها بالإضافة إلى مؤشراتها قياسها على المستوى الدولي.

1- مفهوم التنافسية السياحية:

يختلف مفهوم التنافسية باختلاف محل الحديث فيما إذا كان عن (منشأة أو قطاع أو دولة)، فالتنافسية على صعيد الشركة تعني الاستمرار نحو كسب حصة أكبر من السوق المحلي والدولي، وهي تختلف عند الحديث عن تنافسية القطاع الذي يمثل مجموعة من الشركات العاملة في صناعة معينة، وهاتان تختلفان بدورهما عن تنافسية دولة تسعى لتحقيق معدل مرتفع ومستدام لدخل الفرد فيها.²⁶

بينما تعرف التنافسية السياحية على أنها "قدرة المؤسسات المنتمة للقطاع السياحي في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق المحلية والدولية بالاعتماد على ما تمتلكه من موارد وقدرات دون الاعتماد على الدعم والحماية الحكومية". ويمكن أن يكون القطاع السياحي تنافسيا إذا كان متوسط التكاليف للوحدة الواحدة المنتجة أو للخدمة تساوي أو أقل من مستواها لدى المنافسين في الدول الأخرى.²⁷

وعرفها المعهد الدولي للتنافسية على أنها "القدرة على تقديم منتجات سياحية كثيرة وأكثر كفاءة من حيث تكاليف اقل للسفرات السياحية وارتفاع في جودة الخدمات السياحية المقدمة، وان تكون المنتجات السياحية أكثر ملاءمة مع حاجات السوق السياحي العالمي وليس المحلي فقط".²⁸

بينما تعرف المنظمة العالمية للسياحة التنافسية السياحية على أنها "الزيادة في الإنتاج والتحسين في نوعية الإنتاج والسلع والخدمات بما يرضي أذواق السواح وقدرة الدولة على توليد موارد وإمكانات تتفوق بها على منافسيها في الأسواق العالمية".²⁹

وتعرف منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCED) القدرة التنافسية للسياحة هو قدرة الوجهة السياحية في تحسين جاذبيتها للمقيمين وغير المقيمين، وتقديم خدمات سياحية جذابة وتميز بالجودة والابتكار من اجل الحصول على حصص سوقية محلية وعالمية، مع ضمان استخدام الموارد المتاحة لدعم السياحة بكفاءة وبطريقة مستدامة.³⁰

ويعرف الباحثان (Crouch & Ritchie) تنافسية المقصد السياحي على أنها " القدرة على زيادة الإنفاق السياحي لجذب متزايد لزوار وتحقيق لهم تجارب مرضية ولا تنسى من خلال طريقة مريحة، بالإضافة إلى تعزيز رفاهية سكان المقصد من جهة والحفاظ على الثروة الطبيعية من جهة أخرى للأجيال القادمة".³¹ كما يرى الباحثان أن للتنافسية السياحية 06 أبعاد (اقتصادية، سياسية، اجتماعية، ثقافية، تكنولوجية، بيئية)، وان هذه العوامل قد تظل ثابتة، بينما الطبيعة المتغيرة للتنافسية المقصد السياحي هي التي تحتاج تقيما مستمرا.³²

وهناك من يعرف التنافسية الخارجية الإجمالية لصناعة السياحة في البلد على أنها "قدرة البلد على الاحتفاظ أو زيادة حصتها في السوق من صادرات السياحة والسفر. بالإضافة إلى هذا، يشمل المفهوم العام فروق الأسعار وتحركات أسعار الصرف، ومستوى إنتاجية مختلف مكونات صناعة السياحة (النقل، الضيافة، خدمات الإطعام، الترفيه)، والعوامل التي تؤثر على جاذبية المقصد".³³

وتعرف التنافسية على مستوى قطاع السياحة الكلي وفقاً لمنهجية المعهد الدولي للتنمية والإدارة بأنها تعظيم القيمة المضافة ومستوى الإنتاجية في قطاع السياحة والسفر من خلال.³⁴

- جذب الاستثمار في اقتصاد السياحة؛
- وكفاءة عمليات وصول وعودة السياح؛
- اختراق وتسويق البلد في عدد كبير من دول العالم وتحويل الميزة النسبية إلى ميزة تنافسية؛
- تقديم خدمات سياحية ذات مستوى عالي من التقنية والجودة تتماشى مع متطلبات العولمة؛

ونخلص من المفاهيم والتعاريف السابقة للتعريف الإجمالي للتنافسية السياحية هي على أنها " قدرة المنشأة أو القطاع أو الدولة في تقديم منتجات سياحية بإمكانها التفوق على منافسيها في الأسواق المحلية والدولية دون الدعم أو الحماية الحكومية بالإضافة إلى ارتفاع جودتها بما يرضي ويلبي حاجات ورغبات السواح".

2- مؤشرات التنافسية السياحية:

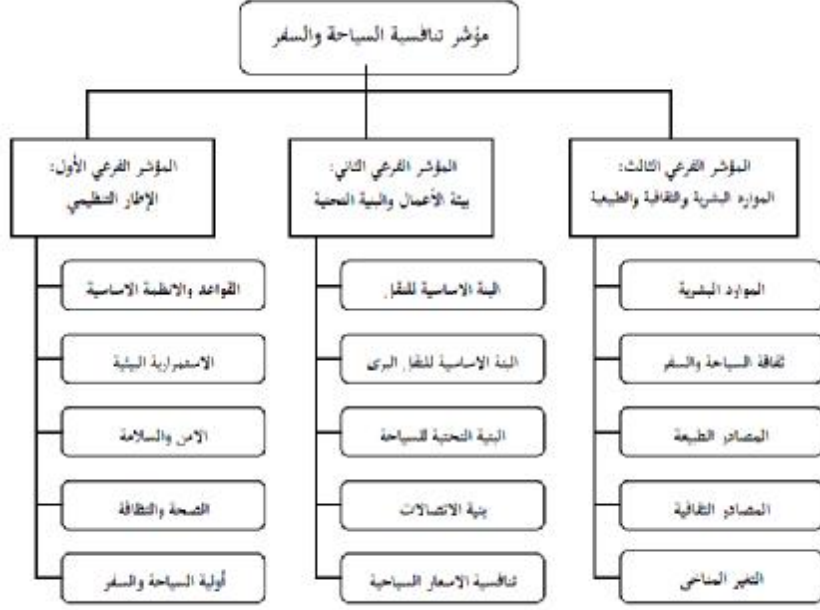
لقد اهتمت الكثير من المؤسسات الدولية بإعداد تقارير عن مستوى تنافسية الدول في مجالات اقتصادية عديدة وكان أحدثها مجال السياحة والسفر، حيث أصدر المنتدى الاقتصادي العالمي تقريره الأول عن تنافسية السياحة والسفر في عام 2007، وفتح المجال أمام تقييم إنجازات دول العالم في هذا المجال ووضعها في ترتيب تنازلي حسب معايير محددة.³⁵

يقيس مؤشر تنافسية السفر والسياحة مدى تنافسية الدول في هذا المجال، وذلك من خلال قياس أدائها ضمن مكونات هذه الصناعة عالمياً، ويستند المؤشر في بياناته إلى مصادر عامة مثل مؤسسات دولية للسفر والسياحة، خبراء السفر والسياحة، نتائج استطلاعات الرأي، ونتائج مسوحات سنوية شاملة أجراها المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع شبكة مؤسسات شريكة تعمل في البلدان التي احتواها التقرير.³⁶

ويقيس المؤشر الكلي لتنافسية السياحة والسفر العوامل والسياسات المحفزة على تطوير هذا القطاع في دول العالم، حيث يتم ترتيب الدول حسب قدرتها على المنافسة وبناء على الجهود التي تقوم بها لدعم السياحة والمقومات التي تملكها. وكان يشمل هذا الترتيب في تقريره الأول 124 دولة، منها 10 دول عربية، لكنه توسع في تقاريره اللاحقة ليصل إلى 141 دولة في 2015 منها 14 دولة عربية^(***).

ويتوزع المؤشر بين 1 و 7 (المدى)، مع الإشارة إلى أن النسب المرتفعة للمؤشر تدل على الأداء الأفضل، وتم بناء هذا المؤشر على ثلاثة مؤشرات فرعية للسياحة والسفر أساسية هي الإطار التنظيمي ومناخ الأعمال والبنية التحتية للسياحة والسفر والموارد الطبيعية والثقافية، والشكل الموالي يوضح تقسيمات الرئيسية والفرعية للمؤشر الكلي لتنافسية السياحة والسفر³⁷.

الشكل رقم (02): مؤشر تنافسية السياحة والسفر



source: world economic forum, the travel & tourism competitiveness report 2013, p08

وتدخل العناصر الخمسة عشر (في آخر تقرير تم إضافة عنصر، حيث التقارير السابقة كانت تحتوي على خمسة عشر عنصرا، والعنصر المضاف هو التغيير المناخي) ضمن ثلاثة مؤشرات فرعية على نطاق أوسع تتضمن المتغيرات المتعددة التي تسهل أو تحفز تنافسية السفر والسياحة وهي³⁸.

1 - **مؤشر الإطار التنظيمي للسفر والسياحة**: يرصد العناصر ذات الصلة بالسياسات الحكومية المتبعة وتشمل: الصيغ القانونية والإجرائية، الاستدامة البيئية، السلامة والأمن، الصحة والنظافة، وأولويات السياحة والسفر.

2 - **مؤشر بيئة السفر والسياحة وبنيتها التحتية**: يرصد العناصر المتعلقة ببيئة ممارسة الأعمال والبنية التحتية لكل اقتصاد، ويشمل إلى جانب تنافسية الأسعار المحلية للاقتصاد المعني، البنية التحتية لكل من قطاع النقل الجوي، والنقل البري، قطاع السياحة وقطاع المعلومات والاتصالات.

3 - **مؤشر الموارد البشرية والثقافية والطبيعية للسفر والسياحة**: ويشمل العنصرين البشري والثقافي في الموارد التي يتمتع بها كل اقتصاد مثل موارد بشرية، حاذية السفر والسياحة، وأيضاً التغيير المناخي. والموارد الطبيعية والثقافية.

ويعتمد في حساب المؤشرات الفرعية والكلية على البيانات الإحصائية التي تم تجميعها من مصادر دولية ووطنية عديدة بالإضافة إلى بيانات مسحية حول انطباعات المجلس التنفيذي للمنتدى. ويحسب المؤشر باستخدام معادلة لتحويل البيانات على الشكل التالي:³⁹

$$\text{المؤشر} = 6 \times \left(\frac{\text{قيمة المؤشر للدولة} - \text{أقل قيمة في العينة}}{\text{أقل قيمة في العينة}} \right) + 1$$

حيث تشير أقل قيمة في العينة وأكبر قيمة في العينة إلى أسوأ وأفضل أرقام تحققت على مستوى الدول في هذا المؤشر. ويتم حساب قيم المؤشرات الفرعية كمتوسطات غير مرجحة لجميع القيم، كما يحسب المؤشر العام أيضاً كمتوسط غير مرجح للمؤشرات الفرعية.

المحور الثالث: واقع التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا

شهد النشاط السياحي العالمي خلال القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين نمواً متميزاً. فحسب بيانات منظمة السياحة العالمية ارتفع عدد السياح الدوليين من 435 مليون سائح في عام 1990 إلى 1,133 مليار سائح في عام 2014، وبمعدل نمو سنوي بنسبة 4,03% مقارنة بسنة 2013. وعلى ضوء هذه المعطيات، نحاول في ما يلي الإحاطة بأهم مؤشرات السياحة لدول شمال إفريقيا (الجزائر، تونس، المغرب، مصر) وكذلك تحليل مؤشرات تنافسياتها السياحية.

أولاً: تقييم الأداء السياحي لدول شمال إفريقيا

سنحاول في هذا الفرع تحليل الأداء السياحي لدول شمال إفريقيا كإقليم مع مجموع الدول العربية والعالم من خلال إحصائيات الطلب السياحي والممثلة في السياحة الدولية الوافدة بالإضافة إلى عائداتها، كما نتتبع تطور تلك الإحصائيات بالنسبة للدول شمال إفريقيا فيما بينهم ومدى مساهمة كل دولة.

1- السياحة الدولية الوافدة:

تشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة إلى أن عدد السياح الوافدين إلى الدول العربية يمثل نسبة ضئيلة من إجمالي السياح على المستوى العالمي، بحيث بلغ نحو 94 مليون سائح في عام 2014 أي ما يمثل نحو 8.30 % من عدد السائحين في العالم، فيما يعتبر هذا العدد اقل من عدد السائحين القادمين إلى دولة فرنسا لوحدها. أما بخصوص تطور عدد السياح الدوليين الوافدين إلى دول شمال إفريقيا خلال الفترة (2014-2005)، سنحاول أن نوضحه من خلال الجدول رقم (01).

الجدول رقم (01): تطور عدد السياح الوافدون لدول شمال إفريقيا خلال الفترة

(2014-2005)

الوحدة: 1000 سائح

الدولة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر	1.443	1.638	1.743	1.771	1.912	2.070	2.395	2.634	2.733	2.868
تونس	6.378	6.550	6.762	7.049	6.901	6.902	4.782	5.950	6.269	6.069
المغرب	5.843	6.558	7.408	7.879	8.341	9.288	9.342	9.375	10.046	10.282
مصر	8.244	8.646	10.610	12.296	11.914	14.051	9.497	11.196	9.174	9.628
د.ش. إفريقيا	21.908	23.392	26.523	28.995	29.068	32.311	26.016	29.155	28.222	28.847
الدول العربية	61.523	68.132	77.454	89.456	87.279	100.280	88.127	90.418	89.257	94.076
العالم	803.9	852.6	904.40	919.60	880.30	949	995	1035	1087	1133

source: www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm

<http://databank.worldbank.org/data/home.aspx>

- World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2015 Edition.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن عدد السياح الوافدين لدول شمال إفريقيا الموجودة في الجدول أكثر من 28 مليون سائح في سنة 2014 ما يمثل 2.54 % من إجمالي عدد السواح في العالم، وهذا يعكس المستوى المنخفض للطلب السياحي لدول شمال إفريقيا رغم ما تتوفر عليه هذا الدول من إمكانيات ومقومات سياحية. كما بين الجدول أن نسبة تغيير التوافد السياحي على هذه الدول في الفترة الممتدة من (2005 - 2014) تساوي 31.67 % أي بنسبة زيادة تقارب الثلث.

وعند تتبع تطور السياحة الوافدة لدول شمال إفريقيا في الفترة التي يشملها الجدول نجد أن الطلب السياحي في سنة 2011 شهد انخفاض واضح مقارنة بالسنة التي قبلها، وتقدر نسبة التراجع في الطلب بـ (-19.48) % والذي مرده حسب الجدول هو تراجع الإقبال السياحي على كل من دولة تونس ومصر نتيجة ما عرفته هاتين الدولتين من حراك سياسي وما اصطلح عليه إعلاميا ثورات الربيع العربي.

وأيضاً الملاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (01)، أن أعداد السياح الدوليين الوافدين إلى الجزائر في سنة 2014 بلغ 2.8 مليون سائح وبنسبة 4.93 % عن عام 2013، أما عن ترتيب الطلب السياحي العالمي في سنة 2014 على الأسواق السياحية في دول شمال إفريقيا، نجد أن دولة المغرب تحتل المرتبة الأولى بـ 10 مليون سائح ثم تليها مصر بـ 9 مليون بعدما كانت هذه الأخيرة المتصدرة للترتيب في السنوات السابقة إلا أن الأحداث السياسية الأخيرة التي شهدتها وأيضاً الأعمال الإرهابية وعدم الاستقرار الأمني انعكست سلباً على حصتها السوقية.

2- الإيرادات السياحية:

تأتي الإيرادات لقطاع السياحة نتيجة إنفاق السائح على الأنشطة المختلفة سواء في مجال الفنادق أو المطاعم أو الرحلات السياحية وغيرها. وسنحاول من خلال الجدول رقم (02) تتبع تطور الإيرادات السياحية في دول شمال إفريقيا خلال الفترة الممتدة بين (2014-2005).

الجدول رقم (02): تطور الإيرادات السياحية لدول شمال إفريقيا خلال الفترة (2005-2014).

الوحدة: مليون دولار

الدولة	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الجزائر	184	215	219	325	267	219	209	217	350	204
تونس	2.063	2.275	2.575	2.953	2.773	2.645	1.914	2.227	2.191	2.342
المغرب	4.621	5.984	7.181	7.202	6.556	6.703	7.281	6.711	6.854	7.055
مصر	6.851	7.591	9.303	10.985	10.755	12.528	8.707	9.940	6.047	7.208
د.ش. إفريقيا	13.719	16.065	19.278	21.465	20.351	22.095	18.111	19.095	15.442	16.809
الدول العربية	38.661	42.418	50.965	57.231	58.706	68.413	57.388	61.228	56.479	59.871
العالم	678.3	741.2	857.4	944.3	852	927	1,042	1,075	1,197	1,245

source: - www.unwto.org/facts/eng/barometer.htm

- <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx>

- world tourism organization (unwto), tourism highlights 2015 edition.

من الجدول أعلاه، نجد أن حجم الإيرادات السياحية في العالم بلغ 1.24 تريليون دولار في سنة 2014 وهذه الإحصائية تأثر على الأهمية الكبيرة لهذه الصناعة في الاقتصاد العالمي، بينما حجم الإيرادات السياحية لدول شمال إفريقيا في نفس السنة أكثر من 16 مليار دولار بزيادة تقدر 3 مليار دولار عن سنة 2005. وتمثل الإيرادات السياحية لدول شمال إفريقيا 28.21% من الإيرادات السياحية الإجمالية للدول العربية أي أن هذه الدول الأربعة تساهم بأكثر من ربع الإيرادات السياحية للدول العربية مما يعزز أهمية هذه الدول جلب السواح للمنطقة العربية.

والملاحظ أيضا أن الإيرادات السياحية لدول شمال إفريقيا مرت تقريبا بنفس المراحل التي مر بها الطلب السياحي على هذا الإقليم، حيث انعكست أيضا الأحداث السياسية وعدم الاستقرار الأمني في المنطقة العربية والمشار إليها سابقا سلبا على حجم الإيرادات خاصة في سنة 2011، حيث تراجعت الإيرادات في هذه السنة مقارنة بسنة 2010 من 2.6 مليار دولار إلى 1.9 مليار دولار بالنسبة لدولة تونس و من 12.5 مليار دولار إلى 8.7 مليار دولار.

أما عن ترتيب دول شمال إفريقيا من حيث المساهمة في الإيرادات السياحية فنجد أن مصر تحتل الريادة عكس ما لمسناه في ترتيب الدول من حيث السياحة الوافدة والذي تصدرته دولة

المغرب، وتساهم مصر بـ 42% من حجم الإيرادات بينما تساهم المغرب 41% ويفارق طفيف عن مصر، في حين نجد أن الجزائر تساهم بنسبة منخفضة جدا تقدر بـ 1.21% من حجم الإيرادات السياحية الإجمالية لدول شمال إفريقيا.

ونرجح التباين أو الاختلاف الملاحظ في ترتيب دول شمال إفريقيا من حيث السياحة الوافدة عن ترتيب هذه الدول بالنسبة إلى الإيرادات السياحية إلى عدة أسباب منها:

- الاختلاف في الأنظمة الإحصائية السياحية بين دول شمال إفريقيا حيث أن كيفية حساب وإحصاء عدد السواح في هذه الدول تختلف من دولة إلى أخرى وأيضاً في الإيرادات السياحية.

- الاختلاف في متوسط إنفاق السائح اليومي من دولة إلى أخرى بسبب اختلاف الأسواق السياحية المستهدفة من طرف دول شمال إفريقيا، فنجد مثلاً مصر معظم السواح هم من الشرق الأوسط بينما دول المغرب العربي معظمهم من الدول الأوروبية.

- اختلاف نوعية السياحة في حد ذاتها، فهناك دول تتميز بالسياحة البيئية خاصة دول المغرب العربي بينما تتميز السياحة في مصر بالسياحة البعيدة والتي غالبها للبحث في الآثار من الولايات المتحدة والمملكة المتحدة.

- الاختلاف في مدة إقامة السائح من دولة إلى أخرى بالنسبة لدول شمال إفريقيا، فنجد مثلاً الجزائر أقل الدول من حيث الليالي التي يقيمها السائح مما يبرر إنفاقه المنخفض عكس باقي الدول الأخرى.

كما أن هناك عوامل أخرى تعتبر من الأسباب التي تبرر هذا التباين كالاختلاف في جودة الخدمات السياحية وأيضاً مدى تقارب الخدمات الأساسية للسياحة مع الخدمات المكملة، بالإضافة إلى الاختلاف في أسعار الصرف للعملة الوطنية مقارنة بالعملة الأجنبية.

ثانياً: واقع التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا

سنحاول من خلال هذا الفرع أن نعطي تحليلاً للموقع التنافسي السياحي لدول شمال إفريقيا وفقاً لمنهجية المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)، سواء من خلال المؤشر الكلي أو المؤشرات الثلاثة الفرعية المكونة لهذا المؤشر. ويجب أن ننوه على أن منهجية حساب هذا المؤشر اختلفت في بعض التقارير سواء بزيادة معيار إضافي أو حذف معيار إلا أن التقرير الأخير لسنة 2015 اختلف عن سابقه بشكل ملحوظ بإعادة توزيع المعايير المعتمدة على أربعة مؤشرات فرعية بدلا من ثلاثة، وتفادياً لهذا الاختلاف في تحليل المؤشر بالنسبة لدول

تقييم وتحليل التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق مؤشر المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس)
خلال الفترة (2015-2007) أ. زيان بروجعة علي

شمال إفريقيا استعملنا فقط الدرجات والرتب المتعلقة بالمؤشرات الفرعية الثلاثة السابقة. وفي
الجدول الموالي تطور ترتيب دول شمال إفريقيا في مؤشر التنافسية السياحية الكلي.

**الجدول رقم (03): المؤشر الكلي للتنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا خلال الفترة
(2015- 2007)**

2015		2013		2011		2009		2008		2007		الدولة
الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	
2.93	123	3.07	132	3.37	113	3.31	115	3.5	102	3.67	93	الجزائر
3.81	62	4.03	71	3.93	78	3.86	75	3.91	67	4.27	57	المغرب
3.54	79	-	-	4.39	47	4.37	44	4.41	39	4.76	34	تونس
3.49	83	3.88	85	3.96	75	4.09	64	3.96	66	4.24	58	مصر
3.44	87	3.66	96	3.91	79	3.90	70	3.94	67	4.23	59	د.ش. إفريقيا

source: world economic forum, the travel & tourism competitiveness
report (2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015)

ومن خلال عرض نتائج هذا المؤشر خلال عام 2015، نلاحظ أن لدى المغرب
أفضل أداء بين الدول المكونة للجدول، حيث تحتل المرتبة 62 عالمياً؛ إلا أن الملاحظ أيضاً،
أن تونس كانت تحتل أفضل مرتبة في سنة 2011 بوجودها 47 عالمياً، إلا أنها تراجعت في
التقرير الأخير إلى المرتبة 79 عالمياً والثانية بين دول شمال إفريقيا بعدما كانت تتربع على
المرتبة 34 عالمياً في أول تقرير صدر في 2007. أما عن الجزائر، فالملاحظ أنها موجودة في
مؤخرة الترتيب بتصنيفها 123 عالمياً في 2015، مع العلم أن آخر تقرير يتضمن 141
دولة، وهذا يعكس فعلاً مدى ضعف تنافسية القطاع السياحي في الجزائر مقارنة بدول شمال
إفريقيا أو الدول العربية أو العالم.

وأيضاً المستنتج من الجدول رقم (03) هو أن التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا
كمجموعة بعد حساب الدرجة غير المرجحة لهذا الإقليم في سنة 2015 تساوي 3.44
والتي وضعت هذا الإقليم في المرتبة 87 عالمياً وهي مرتبة جد متأخرة ولا تعكس إطلاقاً
المقومات السياحية التي تتمتع بها هذه الدول بالنظر إلى دول أخرى موجودة ضمن ريادة
الترتيب في التقرير. وأيضاً عند النظر في الأسباب الحقيقية لهذه الوضعية للتنافسية السياحية
لدول شمال إفريقيا نجد منها أسباب في ضعف الأداء الفردي لبعض الدول خاصة الجزائر التي

توجد في مرتبة متأخرة أو ادني من دول شمال إفريقيا كإقليم مما ساهم في تراجع مرتبة هذا الأخير وكذلك ضعف الأداء الكلي لدول شمال إفريقيا سواء في استقطاب السواح أو توفير خدمات سياحية ذات جودة أو البنية التحتية والفوقية المحفزة للطلب السياحي. ولمزيد من التوضيح عن مؤشر تنافسية السياحة والسفر، نقوم بتحليل المؤشرات الفرعية المكونة له خلال الفترة (2007-2015) والمعطاة كما يلي:

1-الإطار التنظيمي: وهو يشمل القواعد السياسية والأنظمة، والأنظمة البيئية، والسلامة والأمان، والنظافة والصحة، وألويات السياحة والسفر. وجاء ترتيب هذا المؤشر خلال الفترة (2007-2015) كالتالي:

الجدول رقم (04): المؤشر الفرعي للإطار التنظيمي لدول شمال إفريقيا خلال الفترة (2007-2015)

2015		2013		2011		2009		2008		2007		الدولة
الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	
3.59	122	3.30	134	3.87	112	3.88	108	4.01	99	3.81	89	الجزائر
4.21	62	4.59	68	4.55	69	4.59	64	4.59	55	4.6	47	المغرب
4.28	50	-	-	5.17	31	5.26	31	5.28	25	5.34	12	تونس
4.23	59	4.35	86	4.53	70	4.84	52	4.54	58	4.52	50	مصر
4.07	79	4.08	104	4.53	70	4.64	63	4.60	55	4.56	48	د.ش. إفريقيا

source: world economic forum, the travel & tourism competitiveness report (2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015)

يبين هذا المؤشر أن الجزائر تحتل مراتب متأخرة من حيث الإطار التنظيمي للسياحة، حيث نجد الجزائر في المرتبة 122 وفقا لمعطيات سنة 2015. ويرجع هذا لغياب السلامة والأمان، بالإضافة إلى انعدام النظافة ونقص الخدمات الصحية، وزيادة على هذا، عدم إيلاء هذه الدولة للسياحة أهمية كبيرة. كما نلاحظ في نفس السنة أيضا، أن تونس تحتل المرتبة الأولى في هذا المؤشر الفرعي بين دول شمال إفريقيا و50 عالميا عكس المؤشر الكلي للتنافسية السياحية التي تصدره المغرب، وبالمقارنة مع سنة 2007، نجد أن تونس كانت تحتل مرتبة جد متقدمة عالميا (12 عالميا) إلا أنها تراجعت في السنوات الأخيرة، وهذا يعكس أهمية

وحرص الدولة التونسية على إعطاء أهمية كبيرة على هذا القطاع والمساهمة في تطويره وتفعيله من خلال توفير الأطر التنظيمية لتعزيز تنافسية القطاع السياحي. وبالنظر إلى باقي دول شمال إفريقيا وخاصة مصر التي تعتبر أكبر دول شمال إفريقيا من حيث الحصة السوقية السياحية نجد أنها تحتل المرتبة الثالثة بالنسبة لمؤشر الإطار التنظيمي في كل التقارير الصادرة عن المنتدى بعد كل من تونس والمغرب، كما نجدتها في المرتبة 59 عالميا بالرغم أنها من الدول التي لديها خبرة في السياحة وكانت مقصد سياحي بامتياز عبر مر العصور التاريخية. كما أن هذه المرتبة تعكس الفجوة التنظيمية التي لم تسعى الحكومة المصرية للتخفيف منها أو حصرها سواء من خلال توفير الأمن والسلامة والصحة وغيرها من الأبعاد المكونة لهذا المؤشر الفرعي.

2- بيئة الأعمال والبنية التحتية: ويشمل البنية التحتية للنقل الجوي، والنقل البري، والبنية التحتية للسياحة، والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتنافسية الأسعار. والجدول الموالي يوضح ترتيب الدول في المؤشر الفرعي لبيئة الأعمال والبنية التحتية للسياحة والسفر.

الجدول رقم (05): المؤشر الفرعي لبيئة الأعمال والبنية التحتية للسياحة والسفر لدول شمال إفريقيا خلال الفترة (2015-2007)

الدولة	2007		2008		2009		2011		2013		2015	
	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة
الجزائر	93	2.82	93	2.97	98	2.84	110	2.89	126	2.66	133	2.19
المغرب	72	3.27	75	3.32	78	3.27	77	3.50	73	3.60	68	3.59
تونس	47	3.77	49	3.86	49	3.87	54	4.05	-	-	76	3.36
مصر	60	3.51	69	3.47	65	3.59	74	3.59	77	3.56	86	3.13
د.ش. إفريقيا	66	3.34	71	3.40	72	3.39	77	3.50	93	3.27	89	3.06

source: world economic forum, the travel & tourism competitiveness report (2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015)

وبالنسبة لمناخ الأعمال والبنية التحتية للسياحة والسفر، نلاحظ أن كل الدول المكونة للجدول ليست ضمن مقدمة دول العالم في هذا المؤشر، وتقريبا كل هذه الدول تعدت المرتبة 50 الأولى في العالم خاصة في أواخر التقارير الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي.

والملاحظ أيضا، أن الجزائر لا توجد ضمن 100 دولة الأولى في العالم لتقرير 2015، هذا ما يعكس التأخر الكبير في البنية التحتية للسياحة وعدم توفر وحدائق وسائل النقل بأنواعه، وعدم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وان لم نقل غيابها، وهذا واضح جدا، خاصة ما شهدته رخصة استغلال الجيل الثالث والرابع من خدمات الهاتف النقال.

والملاحظ أيضا أن هذا المؤشر أيضا تصدرته المغرب في آخر تقرير بين دول شمال إفريقيا (68 عالميا) بعدما كانت تصدره تونس (76 عالميا) في التقارير التي سبقتها، وهذا يعكس أمرين؛ الأمر الأول هو بروز المغرب كمقصد سياحي تنافسي في الآونة الأخيرة وإعطاء درجة كبيرة من الأهمية لهذا القطاع في الاقتصاد المغربي، أما الأمر الثاني، هو تراجع التنافسية السياحية لتونس خاصة في العقد الثاني من القرن الواحد والعشرين والسبب سبق وشرنا إليه، إلا أن المتتبع للسياسات السياحية لتونس في الفترة الأخيرة تسعى جاهدة لتوفير بيئة أعمال وأسعار تنافسية الهدف منها جلب السواح والزوار وأيضا التمتع في السوق السياحي العالمي كما كانت سابقا.

ومن خلال هذا المؤشر والواضح إن دول شمال إفريقيا تعاني من حيث توفر بيئة الأعمال والبنية التحتية للسياحة حيث احتلت هذه الدول كمجموعة المرتبة 66 عالميا في 2007 وتراجعت في آخر تقرير بـ 23 رتبة لتحتل المركز 89 عالميا من أصل 141 دولة. فهذا المؤشر يتطلب توفر استثمارات سياحية بالإضافة إلى الموارد المالية والمادية والذي تغيب عن دول شمال إفريقيا التي تعاني من انخفاض مستوى التنمية وأيضا غياب الشراكات والمؤسسات الاقتصادية بصفة عامة والسياحية بصفة خاصة مما انعكس على تنافسية الأسعار التي تعتبر من معايير هذا المؤشر، كما أن الفجوة الرقمية والتكنولوجية وغياب وسائل الاتصال الحديثة ساهم بشكل كبير في تراجع تنافسية هذا المؤشر الفرعي لدول شمال إفريقيا مقارنة بدول أخرى سياحية خاصة الدول المتقدمة منها وحتى الدول العربية مثل الإمارات وقطر.

3- الموارد البشرية والثقافية والطبيعية: وتشمل رأس المال البشري، والرؤية الوطنية للسياحة، والمصادر الطبيعية والثقافية، وأيضا التغير المناخي. ومعطيات هذا المؤشر بالنسبة لدول شمال إفريقيا خلال الفترة (2007-2015) مبوبة في الجدول رقم (06).

الجدول رقم (06): المؤشر الفرعي الموارد البشرية والثقافية والطبيعية للسياحة والسفر
 لدول شمال إفريقيا خلال الفترة (2015-2007)

الدولة	2007		2008		2009		2011		2013		2015	
	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة	الرتبة	الدرجة
الجزائر	97	4.37	98	3.52	127	3.22	116	3.35	123	3.25	90	2.04
المغرب	52	4.93	72	3.81	83	3.73	73	3.74	68	3.89	45	2.81
تونس	37	5.15	57	4.08	56	3.97	59	3.94	-	-	99	1.97
مصر	68	4.70	70	3.86	73	3.84	71	3.77	84	3.74	65	2.42
د.ش. إفريقيا	62	4.78	75	3.81	85	3.69	75	3.70	97	3.62	69	2.31

source: world economic forum, the travel & tourism competitiveness report (2007; 2008; 2009; 2011; 2013; 2015)

أما من حيث الموارد الطبيعية والثقافية والبشرية، فنجد أن دول شمال إفريقيا تحتل المرتبة 69 عالميا في تقرير سنة 2015 والمغرب في المرتبة 45 عالميا في نفس التقرير، كما لأول مرة تحتل تونس آخر الترتيب (99 عالميا) بالنسبة لدول شمال إفريقيا بعدما كانت تذيله الجزائر. ويرجع هذا التراجع إلى غياب التوجيه والتكوين للموارد البشرية في النشاطات والخدمات السياحية، وغياب الإبداع والابتكار في المنتج السياحي بما يتماشى مع مفاهيم وأساسيات التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة، بالإضافة إلى عدم وجود التحفيز في الاستثمار في الرأسمال البشري من خلال التكوين وتنمية مهارات الأفراد العاملين في القطاع السياحي وتكوينهم بما يتماشى مع متطلبات البيئة الدولية سواءا اقتصاديا أو ثقافيا أو اجتماعيا.

والملاحظ من هذا المؤشر الفرعي أو المؤشرات التي سبقته، أن دول شمال إفريقيا تتراجع في الترتيب ولا تحافظ على مركزها المكتسبة أو تحاول تحسينها سواء هذه الدول بشكل مستقل أو ككتلة ومجموعة. فمؤشر الموارد الطبيعية والثقافية والبشرية يعتبر من أهم عناصر الجذب السياحي المتوفر في هذه الدول إلا أن عدم تبني استراتيجيات سياحية واضحة الأهداف لاستغلال هذه النقطة القوة للرفع من المركز التنافسي السياحي أحرهم بشكل كبير وأتاح فرص للمنافسة السياحية الدولية من خلال بروز أقطاب أو مقاصد سياحية جديدة.

وكخلاصة عن التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا من خلال مؤشر التنافسية السياحية الكلي للمنتدى الاقتصادي العالمي، أن المؤشر أبان على أن الدول (مصر، الجزائر، تونس، والمغرب) تتفاوت من حيث التنافسية السياحية عالميا إلا أنها في مجملها تحتل مراتب متأخرة وليست بمستوى الإمكانيات السياحية سواء الطبيعة أو التاريخية أو البشرية. وفي الأخير وعلى الرغم من يعكسه هذا المؤشر من تدني التنافسية السياحية لهذه الدول إلا أنه لقي انتقاد كبير من طرف الباحثين في المجال الاقتصادي وحتى السياحي وأيضا ما توصلنا إليه من تطرقنا لهذا المؤشر والتي لا نعتبرها لدول شمال إفريقيا مبررا لانخفاض تنافسيتها السياحية بينما كأوجه نقد لهذا المؤشر والمتمثلة في ما يلي:

- المؤشر يستند في حسابه بشكل كبير للبيانات النوعية بدلا من البيانات الكمية والمتمثلة في آراء رجال الأعمال والخبراء في المجال السياحي والباحثين والتي في معظمها غير دقيقة ولا تعكس فعلا الأداء السياحي للدول وأيضا تحتل نسبة كبيرة من الأخطاء والتحيز.
- المؤشر لا يستعمل الأوزان أو النسب الترجيحية في حساب الدرجة بين العوامل المكونة له ويضع لهم نفس الأهمية من خلال عدم الترجيع واستعمال المتوسطات غير المرجحة، رغم أنها تختلف في الأهمية في مجال السياحة مما ينعكس على المؤشرات الفرعية والمؤشر الكلي.
- كذلك توزيع العوامل على المؤشرات الفرعية غير متوازن، فنجد أن المعايير الأكثر أهمية في السياحة موجودة في مؤشر فرعي واحد أو مجموعة واحدة بينما المعايير الأخرى تتوزع على مؤشرين فرعيين وتعطى لها أهمية أو وزن أكبر في المؤشر الإجمالي والذي كان واضحا في التقارير الأولى للمنتدى الذي تصدرته سويسرا رغم أنها ليس من المقاصد السياحية الأولى في العالم وهذا تحيزا للدول المقر.
- يعاب على المؤشر أن يستند لمعايير ومؤشرات اقتصادية أكثر منها سياحية والذي انعكس بشكل واضح على ترتيب الدول في التنافسية السياحية، حيث نجد دول تعتبر من أهم الدول السياحية في العالم من حيث الطلب السياحي تنبوا مراكز متأخرة في مؤشر تنافسية السياحة والسفر.

خاتمة:

من خلال هذه البحث حول التنافسية السياحية لدول شمال إفريقيا وفق منهجية المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) توصلنا للعديد من النتائج الوصفية والتحليلية من بينها أن التنافسية السياحية تعني في إطارها النظري قدرة الشركات والقطاع والدول على توفير خدمات سياحية ذات جودة تلي حاجات ورغبات السواح وقدرتها على التمتع في الأسواق السياحية الوطنية والدولية دون الاعتماد على أي نوع أو شكل من أشكال الدعم الحكومي أو الحماية.

كما توصلنا أن الأداء السياحي لدول شمال إفريقيا ضعيف سواء من حيث استقطاب السياح الوافدين أو من حيث الإيرادات السياحية بحيث أن كلاهما لم يتعد نسبة 2 % من عدد السياح أو الإيرادات السياحية في العالم. وهذا لا يعكس فعلا المقومات السياحية وعناصر الجذب السياحي التي تتمتع بها هذه الدول وأنها تعاني مشكلة تخطيط وتسيير لهذه المقومات واستعمالها كنقطة قوة لتصميم استراتيجيات سياحية طويلة المدى وواضحة الأهداف والمعالم.

وكذلك من النتائج المتوصل إليها أن مؤشر التنافسية السياحية للمنتدى الاقتصادي العالمي من المؤشرات المتخصصة المركبة والتي تهدف إلى معرفة وتبيان التنافسية السياحية الدولية وأيضا توقع الدول في الأسواق السياحية العالمية. إلا أن هذا المؤشر وبعد مرور تقريبا 10 سنوات على صدور أول تقرير له لم يثبت على منهجية واحدة وفي كل تقرير تقريبا يعيد ضبط هذا المؤشر نتيجة الانتقادات الكبيرة الموجهة له وكذلك يحاول وضع معايير متوازنة تعكس فعلا تنافسية الدول سياحيا.

والمستنتج أيضا أن دول شمال إفريقيا تختلف من حيث الأداء السياحي أو التنافسية السياحية، كما أن الأحداث السياسية وحالة عدم الاستقرار الأمني في المنطقة العربية وخاصة تونس ومصر وأيضا حملة التشويه التي استهدفت الإسلام والدول الإسلامية انعكست سلبا على السياحة في دول شمال إفريقيا. كما أن معظم الإحصائيات التي وسبق وان تطرقنا إليها أشارت أو أكدت على ذلك حيث تراجع الأداء السياحي لمصر بعدما كانت تحتل المرتبة الأولى في الطلب السياحي لصالح المغرب وأيضا تراجعت التنافسية السياحية لدول تونس بعدما كانت تحتل مراكز جد متقدمة عالميا وليس فقط إقليميا.

أما بالنسبة للجزائر، وحسب مؤشر التنافسية السياحية الكلي أو الفرعي وفي معظم التقارير الصادرة عن المنتدى تحتل مراكز في مؤخرة الترتيب وحتى في البعض منها ضمن 10

بلدان الأخيرة، وهذا يدل على عدم إعطاء الجزائر أولوية لهذا القطاع وأيضاً عدم إدراكها لأهميته في الاقتصاد الوطني الذي هو في الأصل اقتصاد ريعي. كما تبين من خلال هذا المؤشر أن الجزائر تعاني تخلف كبير في معظم المعايير المعتمدة في بناء هذا المؤشر سواء من ناحية توفر البنية التحتية للسياحة وأيضاً الأمن والسلامة بالإضافة إلى عدم تنافسية أسعارها السياحية وانخفاض جودة خدماتها السياحية.

وبناء على النتائج المطروحة سابقاً من الدراسة نطرح التوصيات التالية:

- على دول شمال إفريقيا تحسين من جودة خدماتها السياحية لكي تتماشى مع العرض السياحي العالمي من خلال تأهيل مؤسساتها وشركاتها السياحية وأيضاً الترويج للمنتوج السياحي لهذه الدول في التظاهرات السياحية أو الثقافية العالمية وكذلك المشاركة في المعارض الدولية للتعريف بهذا المنتوج.

- يجب على دول شمال إفريقيا تعزيز التعاون والشراكة فيما بينهم والاستفادة من التفاوت في الخبرات السياحية خاصة في الجانب التنظيمي والقانوني وأيضاً الاستفادة من النماذج السياحية الناجحة عالمياً سواء كانت عربية أو أجنبية وخاصة تلك التي تحتل مراكز متقدمة في مؤشر التنافسية السياحية.

- تشجيع الشراكة بين القطاع العام والخاص في الاستثمار السياحي لدول شمال إفريقيا من أجل توفير التمويل اللازم وأيضاً المشاركة الحكومية في النهوض بالقطاع السياحي، بالإضافة إلى توفير مناخ الاستثمار السياحي المناسب من خلال التحفيزات المادية والضريبية والبنية التحتية والفوقية للسياحة.

- على دول شمال إفريقيا التي تعاني من عدم الاستقرار الأمني أو السياسي وخاصة مصر وتونس أن تسعى بكل مجهوداتها للتسويق وتنشيط لوجهاتها السياحية وإبراز مدى تمتعها بالراحة والسلامة السياحية مع مواجهة حملات التظليل الإعلامي عن تلك الدول.

- يجب على دول شمال إفريقيا أن تركز في استراتيجياتها السياحية على المعايير المعتمدة في حساب مؤشر التنافسية السياحية وان توفر المعلومات الصحيحة سواء من خلال الأجهزة الحكومية الوطنية أو إنشاء مركز معلوماتي بين هذه الدول لتفادي البيانات السياحية المتحيزة والمؤثرة سلباً في هذا المؤشر.

- على الجزائر أن تحسن من أدائها السياحي وتنافسيتها خاصة في ظل تراجع أسعار البترول وفي إطار تنويع الاقتصاد الجزائري من خلال توفير التمويل اللازم للاستثمار السياحي وكذلك تطوير مختلف أبعاد البيئة الاقتصادية المحفزة للسياحة مثل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والنقل ووسائل الدفع الإلكترونية وأماكن صرف العملات الأجنبية... الخ.

¹ William F. Theobald, Global Tourism, Elsevier Butterwoth-Heinemann, Third edition, United States of America, 2005,P 09.

² أحمد بن فارس بن زكريا أبو الحسين، تحقيق عبد السلام محمد هارون، معجم مقاييس اللغة، الجزء الثالث، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، سنة 1979، ص120.

³ ابن منظور الإفريقي المصري، لسان العرب، الطبعة الثالثة، الجزء الثاني، دار صادر للنشر والتوزيع، بيروت-لبنان، سنة 1994م-1414هـ، ص492.

⁴ محمد المرتضى الحسيني الزبيدي، تحقيق حسين نصار، تاج العروس من جواهر القاموس، الجزء السادس، مطبعة حكومة الكويت، الكويت، سنة 1969، ص491.

⁵ Pearson Longman, Longman Dictionary of American English, 4th Edition, London-United Kingdom, 2008, p1071.

⁶ مصطفى يوسف الكافي، أخلاقيات صناعة السياحة والضيافة، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2014، ص23.

⁷ زيد منير عبوي، السياحة في الوطن العربي، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2008، ص36.

⁸ عبد الرحمان بن الناصر السعدي، تيسير الكريم الرحمان في تفسير كلام المنان، دار ابن الهيثم، القاهرة-مصر، سنة 2000، ص328.

⁹ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 1996، ص22.

¹⁰ محمد خميس الزوكه، صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، مصر، سنة 2006، ص45.

¹¹ محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفكر والنشر والتوزيع، القاهرة-مصر، سنة 2002، ص62.

¹² عايد جاسم الزامل، مثنى فاضل علي، المقومات الطبيعية لمحافظة النجف الاشرف والإمكانات المقترحة لاستثمارها وتنميتها سياحيا، مجلة آداب الكوفة، جامعة الكوفة، العراق، المجلد (1) العدد 11، سنة 2012، ص237.

¹³ حمزة عبد الحلیم درادكه وآخرون، مبادئ السياحة، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2014، ص18.

- ¹⁴ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2009، ص22.
- ¹⁵ هيبوبرت فان هوف، ترجمة خلود الخطيب، صناعة السياحة والسفر، سلسلة علوم الفنادق، الجزء الثاني، هلا للنشر والتوزيع، مصر، سنة 2000، ص33-34.
- ¹⁶ فتحى محمد الشرقاوي، مبادئ علم السياحة، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية-مصر، سنة 2009، ص93.
- ¹⁷ عمر جوابرة الملكاوي، مبادئ التسويق السياحي والفندقي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، سنة 2008، ص12.
- ¹⁸ مثنى طه الحوري، الإرشاد السياحي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، سنة 2013، ص46.
- ¹⁹ حمزة عبد الحلیم درادكه وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص53.
- ²⁰ World Tourism Organization (UNWTO), Tourism Highlights 2014 Edition, p05.
- ²¹ سامح احمد رفعت عبد الباقي، علم وفن تنمية المبيعات السياحية، دار الكتب القانونية، مصر، سنة 2011، ص50.
- ²² الهيئة العامة للسياحة والآثار، توثيق تجربة الهيئة العامة للسياحة والآثار في تطوير قطاع اقتصادي جديد، الرياض - السعودية، سنة 2011، ص21.
- ²³ الأمم المتحدة، المنظمة العالمية للسياحة، التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008، إدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية، دراسات في الطرق، السلسلة ميم العدد 83 /التنقيح 1، نيويورك - الولايات المتحدة الأمريكية، 2011، ص11-13.
- * قد يحمل المسافر أكثر من جواز سفر واحد ومن ثم أكثر من مواطنة واحدة، وفي بعض البلدان، في العمليات الإحصائية على الحدود أو في أماكن أخرى، لا تؤخذ في الاعتبار إجنسية المسافر المذكورة في جواز السفر المقدم . ومع ذلك، رغم أن مفهوم المواطنة يستخدم كثيراً في إحصاءات الهجرة، فإنه ليس جزءاً من متطلبات أو تعاريف إحصاءات السياحة.
- ²⁴ الأمم المتحدة، المنظمة العالمية للسياحة، التوصيات الدولية المتعلقة بإحصاءات السياحة 2008، مرجع سبق ذكره، ص15.
- (**) المصطلح "محلي" دلالات مختلفة في سياق السياحة والحسابات الوطنية، ففي السياحة، يحتفظ مصطلح "محلي" بدلالاته التسويقية الأصلية، أي أنه يشير إلى أنشطة الزوار المقيمين في البلد المرجعي. وفي الحسابات الوطنية، ومن منظور الطلب، يشير مصطلح "محلي" إلى أنشطة المستهلكين المقيمين بصرف النظر

عن موقع هذا النشاط. وفي سياق الحسابات الوطنية، تقابل "السياحة المحلية" من ثم ما يطلق عليه "السياحة الوطنية" في إحصاءات السياحة.

²⁵ الأمم المتحدة، المنظمة العالمية للسياحة، مرجع سبق ذكره، ص15.

²⁶ عبد الحكيم عبد الله النصور، الأداء التنافسي لشركات صناعة الأدوية الأردنية في ظل الانفتاح الاقتصادي، مذكرة دكتوراه في الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، سوريا، سنة 2009، ص15.

²⁷ محسن عبد الله الراجحي، صفاء عبد الجبار الموسوي، عادل عيسى الوزني، الميزة التنافسية للنشاط السياحي، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، سنة 2016، ص123.

²⁸ اسعد حماد موسى أبو رمان، ممدوح عبدا الله أبو رمان، الوعي السياحي ودوره في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة والسفر في الأردن (دراسة تحليلية ميدانية)، مجلة تنمية الرافدين، المجلد (35) العدد (111)، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الموصل، العراق، 2013، ص124.

²⁹ <http://www.algomhariah.net/atach.php?id=18954> consulté le 22/01/2016.

³⁰ Dupeyras, A. & N. MacCallum, Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document, OECD Tourism Papers, France, 2013/02, P 14.

³¹ J.R. Brent Ritchie and G.I. Crouch, The competitive destination: a sustainable tourism perspective, CABI Publishing, London-UK, 2003, P 02.

³² Eleri Jones and Claire Haven-Tang, Tourism SMEs, Service Quality and Destination Competitiveness, Published by CABI Publishing, London-UK, 2005, P 01-02.

³³ Riadh Ben Jelili, Adel Abdel-Azim, Tourism Competitiveness and Specialization in South Mediterranean Countries (A Panel Data Approach), Journal of Development and Economic Policies, Vol. 13, No. 1, Arab Planning Institute, Kuwait, January 2011, P 07.

³⁴ حبيب محمود، شعبان شويص، تنافسية القطاع السياحي في سورية (دراسة تحليلية وفق منهجية دافوس والمجلس العالمي للسياحة والسفر)، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (32) العدد (3)، سوريا، سنة 2010، ص104.

³⁵ صندوق النقد العربي، التقرير الاقتصادي العربي الموحد (2008)، الكويت، ص227.

³⁶ غرفة الشرقية، الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية "الفرص والتحديات"، قطاع الشؤون الاقتصادية مركز الدراسات والبحوث، السعودية، سنة 2011، ص35.

(***) الدول العربية هي الإمارات العربية المتحدة، قطر، البحرين، المغرب، عمان، الأردن، تونس، مصر، لبنان، الكويت، الجزائر، موريتانيا، اليمن.

(****) مؤشر التنافسية للسياحة والسفر الموضح في الشكل تم تغيير منهجيته في التقرير الأخير (2015) حيث تم إعادة توزيع العناصر المكونة على أربعة (04) مؤشرات فرعية بدلا من ثلاثة (03) كما انه تم الإبقاء على 14 عنصر بدلا من 15 التي كانت موجودة في تقرير (2013) وهو التقرير الذي اعتمدنا عليه لان معظم التقارير السابقة اعتمدت على نفس المنهج تقريبا في حساب المؤشر.

³⁷ اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا)، الاستعراض السنوي للتطورات في مجال العولمة والتكامل الإقليمي في البلدان العربية لسنة 2007، الأمم المتحدة-نيويورك، ص46.

³⁸ غرفة الشرقية، مرجع سبق ذكره، ص35.

³⁹ صندوق النقد العربي، مرجع سبق ذكره، ص228.

تحليل وضعية التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر في ظل الانفتاح التجاري

أد/ بريس عبد القادر*

المدرسة العليا للتجارة - الجزائر

أ/ بغداوي جميلة**

جامعة الشلف - الجزائر

Abstract :

This study aims to clarify the nature of the relationship between trade openness and operating in the small and medium enterprise sector, in addition to clarifying the positive effects of trade openness on the small and medium enterprise sector in general. Considering the grounds that the sector knew growing interest through structural reforms period which is the actual beginning of the adoption of the commercial opening-up policy in Algeria. On this basis, we present a theoretical analysis to the most important and unexplained relationship Studies between trad openness and employment policy, we then review the structural reforms in its clauses which provided for the liberalization of foreign trad and its impact on the overall level of operating, We then try the operation mode analysis in small and medium-sized enterprise sector under trade openness, based on the policy and the analysis of a number of indicators during the period 2000-2013. The study concludes that there are positive impact of the policy of trade liberalization on employment in the small and medium enterprises sector in terms of employment size expansion, But on the other hand, it has a negative impact in terms of movement of labor from the productive sectors to parasitic sectors (services).

Key words : Operating, unemployment, Small and medium-sized enterprises, Trade Openness, Economic Reforms.

* أستاذ التعليم العالي ، المدرسة العليا للتجارة ، مايل dr.baek70@gmail.com

** أستاذة مساعدة قسم أ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف، مايل:

ip02.brahim1977@gmail.com

مقدمة:

لقد سعت الجزائر من خلال السياسة التنموية المنتهجة، إلى تحقيق التنمية الشاملة، ويأتي التشغيل على رأس الأولويات للحد من البطالة، وقد عرفت مرحلة بداية الإصلاحات الاقتصادية تراخعا كبيرا لحصيلة التشغيل، بسبب القيود التي تفرضها المؤسسات المالية الدولية وما صاحبها من حل وخصوصة جل وحدات القطاع العام و التوجه إلى تبني سياسة الانفتاح التجاري التي تعززت أكثر بالتوقيع على اتفاقية الشراكة الأورومتوسطية والذي دخل حيز التنفيذ ابتداء من 1 سبتمبر 2005 بالإضافة إلى مساعي الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، وفي ظل هذه المتغيرات عملت الجزائر على تبني جملة من الإجراءات للحد من البطالة، ولعل أهمها التوسع في الاستثمار العمومي والخاص وفي مقدمته بروز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتعاضم دورها في الاقتصاد باعتبارها الفاعل الأساسي في مجال التنمية وإحداث مناصب شغل.

إشكالية البحث: تعتبر العلاقة بين العمالة ونظام التجارة العالمية صميم السياسة الاقتصادية للتنمية في السنوات الأخيرة، فأغلبية الأعمال النظرية تصرّ على أن لسياسة الانفتاح التجاري آثارا إيجابية على العمالة في المدى الطويل على الأقل، بيد أن بعض الدراسات التطبيقية تثبت العكس، حيث تصرّ على أن تحرير التجارة على النحو الذي دعت إليه المؤسسات المالية الدولية اتجه البلدان النامية، قد يؤثر سلبا على مستويات التشغيل. وبناء على ذلك تتبادر إلينا إشكالية بحثنا التي يمكن صياغتها في التساؤل التالي:

ما هي وضعية التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل تبني سياسة الانفتاح التجاري؟

فرضية البحث: على ضوء ما سبق وضعنا الفرضية التالية للإجابة على إشكالية البحث وتمثل في:

- إن تبني الجزائر لسياسة الانفتاح التجاري كان لها أثر إيجابي على مستويات التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أهمية البحث: تكمن أهمية دراسة هذا الموضوع في حد ذاته، نظرا لندرة الدراسات التي تناولت العلاقة بين الانفتاح التجاري والتشغيل في الجزائر، ولاسيما على مستوى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، هذا الأخير الذي أصبح يعرف اهتماما متناميا ليس فقط في الدول النامية كما هو الحال بالنسبة للجزائر، بل وحتى في الدول المتقدمة، نظرا للمرونة التي يتمتع بها في استحداث مناصب شغل في ظل اشتداد المنافسة العالمية.

هدف البحث: يهدف هذا البحث إلى توضيح طبيعة العلاقة بين الانفتاح التجاري والتشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتوضيح الآثار الإيجابية لعملية الانفتاح التجاري على قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بشكل عام، على اعتبار أن الاهتمام الجدي بهذا القطاع في الجزائر تزامن مع تطبيق الإصلاحات الاقتصادية من خلال برنامج التعديل الهيكلي الذي جرى الاتفاق بشأنه مع صندوق النقد الدولي والذي يعتبر البداية الفعلية لتبني سياسة الانفتاح التجاري.

منهج البحث: اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي والذي يتناسب والدراسة، وخاصة عند التطرق للدراسات النظرية والإصلاحات الهيكلية وتحليل انعكاساتها على التشغيل، بالإضافة إلى تحليل تطور التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوضيح علاقته بالانفتاح التجاري. تحاول هذه الورقة البحثية إلى توضيح وضعية التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باستخدام بيانات سنوية للفترة 2000-2013، واعتماد تحليل الجداول الإحصائية والرسومات البيانية باستخدام برنامج EXCEL حسب توفر البيانات- والتي أخذت من قاعدة بيانات الديوان الوطني للإحصاء ووزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وسيتم تقسيم هذا البحث إلى ثلاث أجزاء:

الجزء الأول: سيتضمن استعراض للدراسات النظرية المفسرة للعلاقة السببية بين الانفتاح التجاري والعمالة.

الجزء الثاني: سيتضمن استعراض للإصلاحات الهيكلية كمدخل للانفتاح التجاري وانعكاساتها على التشغيل في الجزائر.

الجزء الثالث: سيتضمن تحليل وضعية التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر في ظل تبني سياسة الانفتاح التجاري بناء على عدد من المؤشرات ومناقشة النتائج.

1- الدراسات النظرية لتفسير العلاقة السببية بين الانفتاح التجاري والعمالة

من الناحية النظرية هناك دراسات قليلة أجابت على العلاقة السببية بين سياسة الانفتاح التجاري والعمالة ومن أبرزها:

1-1. الدراسات التابعة للبنك الدولي:

• دراسة للبنك الدولي عام 1980¹:

شملت هذه الدراسة 50 دولة نامية، وقد أثبتت الدراسة أن نسبة البطالة الانتقالية بعد تحرير التجارة انخفضت بنسب كبيرة في معظم الدول النامية التي شملتها الدراسة، إن هي

عملت على تسهيل عملية التكيف مع سياسة الانفتاح التجاري، كما أكدت الدراسة أن العمالة في القطاع الصناعي ترتفع مباشرة في السنة الأولى من تنفيذ برامج التكيف مع التحرير التجاري، وقد كشفت الدراسة أيضا أن السبب الرئيسي وراء صعوبة تطبيق برامج التكيف مع سياسة الانفتاح التجاري في الدول النامية مقارنة بالدول المتقدمة هو عدم مرونة أسواق العمل.

• دراسة للبنك الدولي عام 1995²:

تعتبر من أشهر الدراسات التي سلطت الضوء على العلاقة بين سياسة الانفتاح التجاري والعمالة، حاولت هذه الدراسة إثبات أن البلدان النامية التي اختارت الاندماج في الاقتصاد العالمي، وتبنت قوى السوق أدت إلى تحسين أداء أسواق أعمالها من حيث الأجر والطلب على العمالة، وقد استندت هذه الدراسة على العديد من التجارب الملموسة في بعض البلدان من آسيا وإفريقيا وأوروبا، وقد أظهرت الحقائق الاقتصادية بوضوح الصلة القوية بين سياسة الانفتاح التجاري ومعدل النمو الاقتصادي، ودور النمو الاقتصادي في رفع الأجر وتشجيع العمال على السعي إلى تحسين وظائف مدفوعة الأجر ومنتجة أكثر، وهو ما يؤدي إلى تغير في هيكل العمالة، هذه التغيرات تحدث تدريجيا مع زيادة تكلفة العمالة والتقدم التكنولوجي والتشجيع على اعتماد أساليب جديدة، وقد أكدت الدراسة أنه بفعل هذه التغيرات يتم انتقال العمالة من القطاع الزراعي إلى قطاعات الصناعة والخدمات والمهجرة من المناطق الريفية إلى المناطق الحضرية والانتقال من القطاع غير الرسمي إلى القطاع الرسمي.

أما على مستوى ترقية العمالة وتأهيلها، خاصة عند المستويات التي يحدث فيها فائض في التجارة الخارجية³. فسترتفع نسبة التأهيل لدى العمال وذلك من خلال توجيههم للعمل في القطاعات الإنتاجية الموجهة للتصدير، في حين أن نسبة اليد العاملة المؤهلة تنخفض في القطاعات الإنتاجية الموجهة للإستيراد، ويكمن السبب في ذلك إلى أن هذه الأخيرة لا تعتمد بدرجة كبيرة على التكنولوجيا، ومن ثم على يد عاملة مؤهلة على عكس الصادرات.

2-1. دراسة (Feliciano, Zadia M (2001)⁴:

أجريت هذه الدراسة على عدد كبير من الدول المتقدمة، وقد خلصت إلى أن الدول التي تبنت سياسة الانفتاح التجاري الخفضت فيها معدلات البطالة كما ارتفعت فيها مستويات الأجر الحقيقية، وحسب هذه الدراسة يعزى السبب وراء ذلك إلى تمتع الدول المتقدمة بميزة التخصص القوي في الإنتاج على العكس من ذلك بالنسبة للدول النامية.

3-1. دراسة (Hoekman, B and Winters, L. Alan 2005)⁵:

تعتبر هذه الدراسة من أحدث الدراسات التي أكدت على وجود علاقة إيجابية بين الانفتاح التجاري والعمالة على الأقل في المدى الطويل، فمن المتوقع أن عملية تحرير التجارة سوف تؤدي إلى انكماش لبعض القطاعات والتوسع في قطاعات أخرى، ولكن المشكلة تنبع من حقيقة أنه يمكن لعملية التوسع المضي قدماً بمعدل أبطأ مقارنة مع عملية الانكماش.

2- الإصلاحات الهيكلية كمدخل للانفتاح التجاري وانعكاساتها على التشغيل في الجزائر

برز مشكل البطالة في الجزائر منذ منتصف التسعينات أي منذ تنفيذ برنامج التصحيح الهيكلي وتبني سياسة الانفتاح التجاري، إذ أدى ذلك إلى غلق عديد المؤسسات العمومية ونتيجة لذلك أخذ معدل البطالة في التزايد حتى بلغ نحو 30% في سنة 2000 وفق الإحصائيات الرسمية⁶. إلا أنه بدأ في الانخفاض بشكل تدريجي خلال الفترة 2000-2014، ويرجع هذا الانخفاض إلى اعتماد برنامج الإنعاش الاقتصادي من طرف الدولة الجزائرية منذ سنة 2001، والذي تم تطبيقه في شكل مخططات تنموية. إذ أدى ذلك إلى تنشيط الاستثمار العمومي والخاص وخلق فرص عمل، وهذا ما سنفصل فيه من خلال ما يلي:

2-1. مفهوم برامج الإصلاحات الهيكلية وتطبيقها في الجزائر

تعرف الإصلاحات الهيكلية على أنها جملة من الإجراءات و الترتيبات التصحيحية الواجب إدخالها على الاقتصاديات التي تعاني من أزمات هيكلية حادة داخلية وخارجية على حد سواء، باقتراح من خبراء بهذا الشأن، مدعومة من قبل هيئات دولية مختصة (صندوق النقد الدولي و البنك العالمي)، بهدف القضاء أو التقليل من حدة تلك الأزمات وتحقيق نمو قابل للاستمرار.

إن برامج التصحيح الاقتصادي في العديد من الدول النامية، قربت اقتصادياتها من اقتصاد السوق، بحيث أصبحت السياسات الاقتصادية المحلية متأثرة بالسياسات الاقتصادية الدولية عبر المؤسسات الدولية ذات العلاقة، مثل البنك الدولي وصندوق النقد الدولي⁷. وقد قسمت برامج التعديل الهيكلي في البداية إلى مرحلتين أساسيتين، المرحلة الأولى تتعلق بإجراءات للمدى القصير وتسمى بإجراءات التثبيت الهيكلي، أما الثانية فتتعلق بالمدى المتوسط و الطويل وتسمى بالإجراءات الهيكلية. لكن وبعد أن حققت هاتين المرحلتين نتائج

محتشمة، سارعت المؤسسات المالية و النقدية الدولية لاقتراح مرحلة ثالثة تتضمن إجراء إصلاحات سياسية.

حيث أن المؤسسات النقدية و المالية ترى أن سبب المديونية المرتفعة للبلدان النامية هو الإنفاق المفرط في ميزانية هذه البلدان.

وقد أبرمت الحكومة الجزائرية أول اتفاقية للتثبيت الهيكلي في 30 ماي 1989 بقيمة 200 مليون دولار ثم 360 مليون دولار لتعويض انخفاض أسعار البترول لسنة 1988 ولارتفاع أسعار الحبوب المستوردة. وكان من أهم محاور الاتفاقية:

- تحرير سوق العمل وجعلها مرنة، بهدف الحفاظ على أجور منخفضة تسمح للشركات المتعددة الجنسيات باستغلال اليد العاملة الرخيصة وتخفيض التكاليف لمواجهة المنافسة في السوق العالمية.

" الاتفاقية الثانية عقدت بتاريخ 03 جوان 1991، والمعروفة باتفاقية " stand by " بقيمة 400 مليون دولار، على أربعة أقساط كل قسط بـ 100 مليون دولار (جوان، سبتمبر، ديسمبر 1991 ومارس 1992)، وكان الاتفاق يهدف إلى :

- تحرير التجارة الخارجية ؛
- إصلاح عمل النظام المالي واستقلال البنك المركزي عن الخزينة العامة ؛
- تحرير واسع النطاق للأسعار؛
- إصلاح النظام الضريبي و الجمركي ؛
- تقليص تدخل الدولة في النشاط الاقتصادي والتحكم في التضخم عن طريق تثبيت الأجر وخفض النفقات العامة، كذلك حوصصة المؤسسات العمومية التي لا تحقق مردودية.
- بالرغم من الأهداف المسطرة إلا أن الجزائر عجزت عن توفير السيولة اللازمة، وذلك راجع لتقهقر أسعار البترول سنة 1993 والذي وصل إلى حوالي 14 دولار للبرميل. مما أدى إلى عقد الاتفاقية الثالثة في أول أفريل 1994 ؛ والتي سُميت ببرنامج الاستقرار الاقتصادي بهدف إعادة الاستقرار الاقتصادي بعد الفوضى الاقتصادية الناتجة عن بداية تطبيق إجراءات الانتقال إلى اقتصاد السوق⁸.

و من بين البنود المشروطة للبرنامج نجد:

- إلغاء قائمة الواردات السالبة (الممنوع استيرادها) ؛
- تحرير التجارة الخارجية الخاصة بـ 10 سلع، وتعد كبادرة تحول اقتصادي؛

● إدخال قانون المنافسة الذي يؤسس حرية تحديد الأسعار وإلغاء إجبار المنتجين على التصريح بأسعار منتجاتهم بالإضافة إلى تعديل الأسعار برفعها ب 98 % خاصة بالسلع المدعّمة؛

بهدف تعميق الإصلاحات الهيكلية للمؤسسة الصناعية، عقدت الجزائر مع صندوق النقد الدولي اتفاقية برنامج التعديل الهيكلي - وهي الاتفاقية الرابعة مع الصندوق - في ماي 1995، ومن بين الأهداف المسطرة حسب الصندوق لهذا البرنامج نجد:

● التحرير التدريجي للتجارة الخارجية؛

● وضع إطار تشريعي للخصوصية؛

● تنمية الادخار الوطني لتمويل الاستثمارات وخلق مناصب شغل.

إن برامج التكيف الهيكلي تضمنت تدابير تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على سوق العمل، من غلق مؤسسات بأكملها وتصفيتها و تسريح عمالها، وكذلك ما ترتب عن بعض السياسات الإصلاحية كسياسة تخفيض قيمة النقد من انخفاض الواردات من المواد الأولية و السلع الوسيطة و الاستثمارية و بالتالي انخفاض حجم الاستثمار و تعطل الآلة الإنتاجية و ما لذلك من آثار بالغة على حجم العمالة⁹.

- تسارع ارتفاع البطالة؛

- ضياع عدد كبير من مناصب الشغل؛

- انخفاض الأجر الحقيقي¹⁰.

وقد ثبت تجريبيا أن آثار برامج التصحيح الهيكلي تكون وخيمة في المدى المتوسط لما ينتج من تدهور للشغل (نتيجة منطقية لتخفيض النفقات العمومية)، حيث صرحت وزارة العمل في 11 ماي 1998 أن عدد مناصب الشغل المفقودة قدر بحوالي 637188 منصب شغل¹¹. دون أن ننسى المركبة الأصلية للبطالة المتمثلة في الطلب الإضافي الناجم عن النمو الديموغرافي حيث يجب أن ننتظر ما يقارب 200 إلى 300 ألف طلب جديد كل سنة في سوق الشغل¹². وعلى العموم يمكن تلخيص آثار هذه الإصلاحات على سوق العمل في النقاط التالية:

- تراجع معروض العمل في الاقتصاد الجزائري خلال سنوات الإصلاحات الى حوالي 50 %، حيث نجد أن القطاع العام يمثل القطاع الأول بنسبة 78 % في توفير مناصب شغل، يليه القطاع الخاص بنسبة 17.8 % ثم القطاع الأجنبي بنسبة 4.2%؛

- حدوث تحول في هيكل وطبيعة مناصب العمل المعروضة، حيث بلغت نسبة الوظائف المؤقتة 74.5 % سنويا؛

- ارتفاع معدل البطالة وذلك راجع الى العدد الكبير للمنضمين الجدد لقوة العمل، إضافة إلى الأعداد الكبيرة للتسريحات العمالية خلال الفترة¹³.

1-3. برامج الإنعاش الاقتصادي وانعكاساتها على التشغيل

أدى ارتفاع الجباية البترولية المرتبطة بارتفاع أسعار البترول إلى رخاء مالي، سمح بوضع برنامج لدعم الإنعاش الاقتصادي للفترة الممتدة بين (2001 - 2004) والذي بفضله عرف الاقتصاد الوطني نمواً مستقراً في المتوسط قدر بنحو (4.7 %) خلال الفترة (2000 - 2004) ودعم هذا البرنامج ببرامج أخرى وكانت النتيجة زيادة هامة في فرص التشغيل باستحداث حوالي (720 ألف منصب شغل جديد منها 230 ألف منصب مؤقت)¹⁴.

• برنامج الإنعاش الاقتصادي (2001 - 2004):

خصصت الدولة غلاف مالي قدره 525 مليار دينار على مدى أربع سنوات (2001-2004) للتخفيف من الوضعية الاجتماعية المتردية الناتجة عن الإصلاحات الاقتصادية الكلية. وقد كان لهذا البرنامج أثراً إيجابياً على سوق العمل، مما أدى إلى تقليص معدلات البطالة كما يظهر في الجدول رقم (01)،

الجدول رقم (01) : تطور نسب البطالة في الجزائر 2000 - 2004 (%)

السنة	2000	2001	2003	2004
نسبة البطالة	28.89	27.3	23.72	17.65

المصدر: الديوان الوطني للإحصاء، الجزائر بالأرقام، نشرة 2005، ص 11

• البرنامج التكميلي لدعم النمو (2005 - 2009):

يهدف هذا البرنامج إلى استكمال المشاريع التي انطلقت في البرنامج الأول، رصد له 4200 مليار دينار، وقد مكّن من استحداث مليوني منصب عمل بمختلف أنواعها لامتناع العرض الزائد من قوة العمل في السوق. ذلك ما أدى إلى الانخفاض الملموس في معدلات البطالة كما يظهر الجدول التالي:

الجدول رقم (02) : تطور نسب البطالة في الجزائر 2005 - 2008 (%)

السنة	2005	2006	2007	2008
معدل البطالة	15.30	12.30	13.80	11.30

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات.

من خلال هذا البرنامج تقلصت معدلات البطالة بعدما كانت 17.65% سنة 2004 لتصل إلى 12.30% سنة 2006 وذلك بخلق 626380 منصب دائم و 186850 منصب مؤقت، لتصل النسبة إلى 11.30% سنة 2008.

• برنامج التنمية الخماسي 2010 - 2014

خصص لهذا البرنامج مبلغ 21214 مليار د.ج أي ما يعادل 286 مليار دولار ويشمل شقين اثنين:

أ- استكمال المشاريع الجاري إنجازها على الخصوص في قطاعات السكة والطرق و المياه، بمبلغ 9700 مليار د.ج؛

ب - انطلاق مشاريع جديدة بمبلغ 11534 مليار د.ج¹⁵.

- ما يقارب 150 مليار دج لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خلال إنشاء مناطق صناعية، والدعم العمومي للتأهيل وتيسير القروض البنكية التي قد تصل إلى 300 مليار دج لنفس الغرض؛

- خصص للتنمية الصناعية هي الأخرى أكثر من 2.000 مليار دج من القروض البنكية الميسرة من قبل الدولة من أجل إنجاز محطات جديدة لتوليد الكهرباء وتطوير الصناعة البتروكيمياوية وتحديث المؤسسات العمومية.

من خلال المعطيات السابقة يتضح أن بوادر الانفتاح التجاري في الجزائر كانت في إطار الإصلاحات الهيكلية المتفق عليها مع المؤسسات المالية الدولية، وقد كان لهذه السياسة انعكاسا سلبيا على مستويات التشغيل خلال سنواتها الأولى، وهذا ما يشير إليه الارتفاع المستمر في معدلات البطالة والتي عرفت أعلى مستوياتها في سنة 1999 بمعدل حوالي 29%، إلا أنها عرفت تراجع مستمرا طيلة الفترة (2000 - 2010)، لتشهد بعد ذلك استقرارا نسبيا خلال المرحلة الأخيرة وفي حدود معقولة بمعدل 10.6% في سنة 2014، وهذا إنما يدل على الأثر الإيجابي لسياسة الانفتاح التجاري على التشغيل في المدى المتوسط والطويل. والجدول الموالي يوضح تطور معدلات البطالة خلال الفترة 2009 - 2014:

الجدول رقم (03): تطور معدلات البطالة خلال الفترة 2009 - 2014

السنوات	2009	2010	2011	2012	2013	2014
البطالة%	10.2	10	10.7	9.7	9.3	10.6

المصدر: استنادا إلى بيانات وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي والديوان الوطني للإحصائيات

4-1. قراءة في تطور مؤشرات التشغيل خلال فترة الانفتاح

يعتبر التشغيل أو العمل العنصر الأساسي لتشكيل هذا العالم، باعتباره وسيلة الإنسان في سعيه ليكون خليفة في الأرض، وأن يكون جديرا بهذا التكليف الإلهي، كما أنه يعد مصدرا لكل إنتاج وثروة. فبواسطته أقام الإنسان علاقاته الإجتماعية ونمت المجتمعات وازدهرت الحضارات وتفرعت عنه عدة مفاهيم حديثة من أهمها: التشغيل، البطالة، العدالة الإجتماعية... الخ¹⁶

ويرتبط تطور معدل البطالة، وبالمقابل معدل التشغيل، بكل من تطور حجم السكان واليد العاملة في سن النشاط والنمو الاقتصادي. وفي ما يأتي صورة عن تطور اليد العاملة النشطة والمشغلة ومعدل التشغيل، مع مقارنة ذلك بنمو الناتج الداخلي الخام.

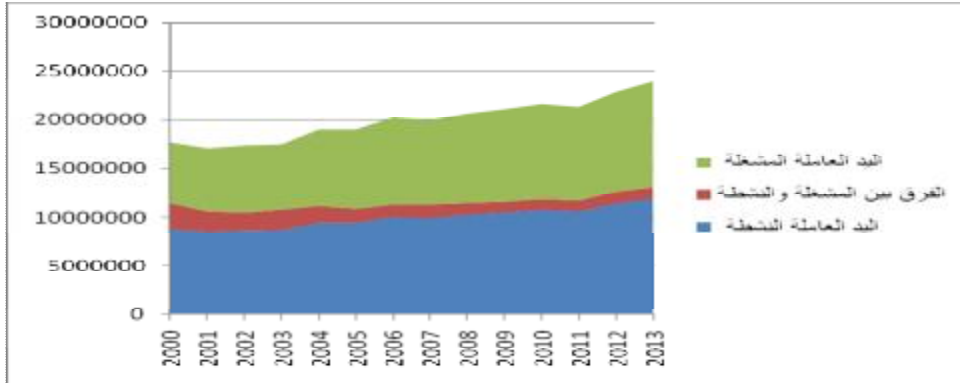
الجدول رقم (04): تطور اليد العاملة النشطة والمشغلة ومعدل التشغيل، و معدل الناتج الداخلي الخام الحقيقي خلال فترة الانفتاح 2000 – 2013

2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	
11964	11423	10661	10812	10544	10315	9969	10100	9500	9500	8762	8700	8568	8860	اليد العاملة النشطة (10 ³)
10788	10170	9599	9735	9472	9146	8594	8868	8100	7800	6700	6890	6493	6240	اليد العاملة المشغلة (10 ³)
6.07	5.95	1.4-	2.7	3.5	6.4	3-	9.4	3.8	16.4	2.7-	6.1	4	.	معدل نمو اليد العاملة المشغلة (%)
28	27	26	27.2	26.9	26.6	25.5	26.8	24.7	24.4	21.2		20.12	.	معدل التشغيل (%)
2.8	3.3	2.8	3.6	1.6	2.4	3.4	1.7	5.9	4.3	7.2	5.6	3	3.8	معدل نمو PIB الحقيقي (%)

المصدر: بيانات مجمعة من الديوان الوطني للإحصائيات، بنك الجزائر، وزارة المالية، وحسابات شخصية.
يبدل تطور حجم اليد العاملة النشطة¹⁷ على تزايد في الطلب على التشغيل¹⁸، أي على الاستعداد للإنتقال إلى فئة اليد العاملة المشغلة، إلا أن هذا الانتقال ليس متاحا للجميع، فثمة

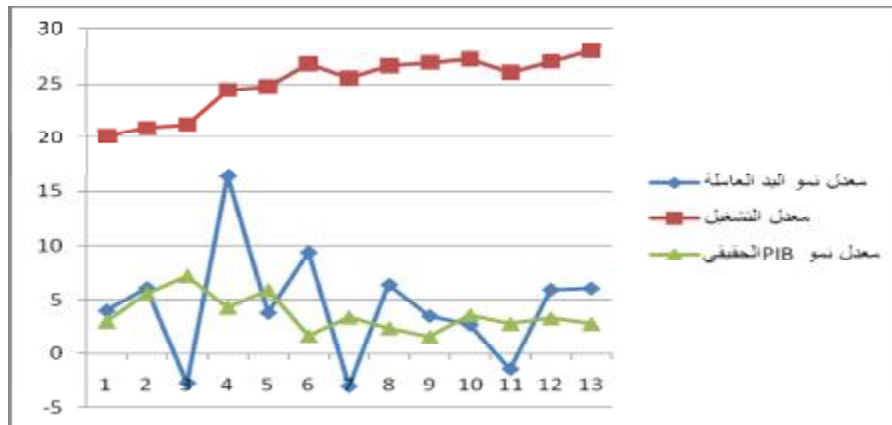
فترة تبقى في عداد العاطلين إلى حين، وفي الواقع يمثل تدني الفرق بين اليد العاملة النشطة واليد العاملة المشغلة الهدف الأساسي لأي سياسة تشغيل. ويوضح الشكل البياني التالي تطور الفرق بين هذين المكونين:

الشكل رقم (01): تطور اليد العاملة النشطة والمشغلة خلال الفترة 2000-2013



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على معطيات الجدول رقم (04)

الشكل رقم (02): تطور معدل التشغيل ومعدل نمو اليد العاملة المشغلة ومقارنتهما بتطور معدل النمو الاقتصادي الحقيقي خلال الفترة 2000 - 2013



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على معطيات الجدول رقم (04)

تتعدد الأسباب التي تؤدي إلى ظهور نقص التشغيل في اليد العاملة ، فتتعدد أبعاد تفشي البطالة له الأثر الكبير في ذلك¹⁹ ، وغالبا ما يعزى الاضطراب في تطور مستوى التشغيل إلى ضعف في المرونة من جانب العرض، بحيث يكون المستخدمون عاجزون عن مواكبة التطور الحاصل على مستوى الطلب في سوق العمل. ومع ذلك ينبغي الإقرار بأن الفرق بين العرض و الطلب ليس مسألة كمية فحسب، فكثيرا ما لا يحصل التوافق ما بين نوعية أو طبيعة فرص العمل المعروضة وبين تلك المطلوبة، وبالإضافة إلى ذلك ينتج من ضعف أنظمة المعلومات المرتبطة بسوق العمل فقدان العديد من فرص العمل المعروضة²⁰، على الرغم من وجود طلب عليها، ولذلك فإن مستوى التشغيل المحقق غالبا ما يكون أدنى من حجم الطلب على الرغم من أن الطلب يكون أعلى من العرض.

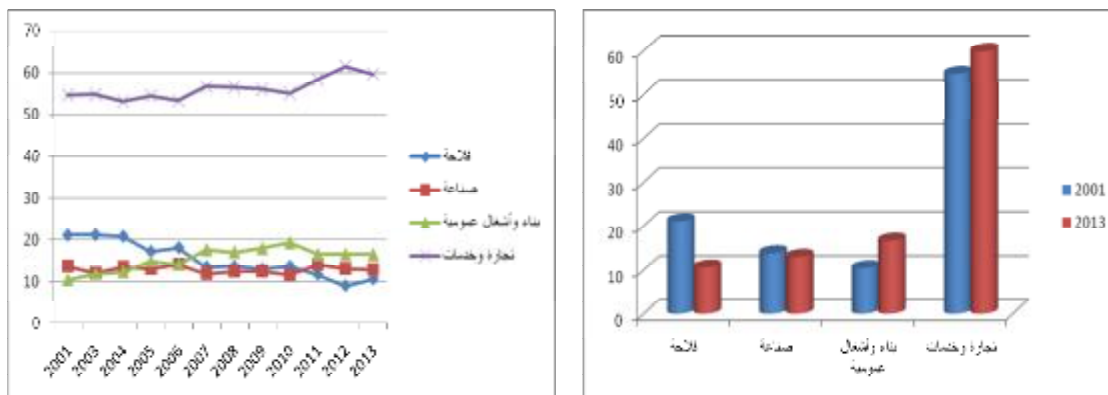
إن مجرد معرفة تطور مستويات البطالة و التشغيل لا يسمح بإجراء تحليل نوعي ولاقطاعي، إذ أنه لا يقدم صورة حول اتجاهات التشغيل وديناميكية القطاعات، ولا يتيح لمتخذي القرار إدراك مداخل تأثير سياسة الانفتاح التجاري على سلوك الأعوان الاقتصاديين في سوق العمل، ولذلك ينبغي متابعة نمو التشغيل بحسب القطاعات.

الجدول رقم(05): تطور التشغيل بحسب القطاعات خلال الفترة 2001 - 2013

القطاعات	2001	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
فلاحة	21.06	21.13	20.74	17.2	18.1	13.6	13.7	13.1	13.7	11.7	9	10.6
صناعة	13.82	12.03	13.6	13.2	14.2	12	12.5	12.6	11.7	14.2	13.1	13
بناء وأشغال عمومية	10.44	11.97	12.41	15.1	14.2	17.7	17.2	18.1	19.4	16.6	16.6	16.6
تجارة وخدمات	54.68	54.87	53.25	54.6	53.4	56.7	56.6	56.1	55.2	58.4	61.6	59.8

المصدر: المنشورات السنوية للديوان الوطني للإحصائيات

الشكل رقم (03): تطور التشغيل بحسب القطاعات خلال الفترة 2001 – 2013



لمصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول رقم (05)

من الواضح أن سياسة الانفتاح التجاري التي تبنتها الجزائر مع بداية تنفيذ الإصلاحات الهيكلية أدت إلى انكماش لبعض القطاعات والتوسع في قطاعات أخرى ، فمن الواضح أن القطاع الثالث ، أي قطاع التجارة والخدمات (الخدمات تتضمن النقل والاتصالات والسياحة)، هو الأكثر استقطابا للعمالة خلال فترة الانفتاح (أكثر من نصف الطبقة المشغلة)، ولكن يجب التنبيه إلى أن قطاع النقل ثم الاتصالات هما المبران لهذا الاستقطاب، بينما لا تزال السياحة تعاني التدهور. ويأتي في المرتبة الثانية قطاع البناء والأشغال العمومية، فقد أصبحت الجزائر منذ سنة 2000 بمثابة ورشة كبيرة، إما في مجال تشييد البنى التحتية أو في مجال البناء. وبالمقابل يشهد كل من القطاع الأول والثاني (الفلاحة والصناعة) تراجعاً مستمرا خلال الفترة نفسها، وهو ما يدل على ضعف الجاذبية في هاذين القطاعين وتناقص نموها، وبنى في الوقت نفسه بمخاطر اقتصادية في الأمدين المتوسط والبعيد.

3- تحليل وضعية التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل سياسة الانفتاح التجاري.

لقد أثبتت التجربة الدولية في الآونة الأخيرة أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أصبحت المحرك الأساسي للاقتصاد في معظم دول العالم بالنظر إلى دورها الرئيسي المتمثل في التخفيف من حدة البطالة، إذ أنها توفر 60% من مناصب الشغل في الدول المتطورة وتساهم بـ 70% من القيمة المضافة والنظر أيضا إلى سهولة تكيفها ومرونتها التي تجعلها تتمتع بقدرة هائلة على الجمع بين تحقيق التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب شغل.

3-1 . تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب التشريع الجزائري

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمثابة قاطرة حقيقية للنمو في بلادنا، فهي تمثل أحد البدائل الممكنة لتوفير مناصب شغل، خاصة أن مبدأ الملكية الخاصة من شأنه تحسين أدائها²¹، ولذا فهي تحتاج إلى مراقبة ومرافقة مستدامتين لأجل تخفيض معدل غلقها ووفائها، فالجزائر حاليا تملك 659309 مؤسسة صغيرة ومتوسطة تساهم بنحو 5509.21 مليار دج من الناتج الداخلي المحلي خارج قطاع المحروقات²²، وتوظف 1915495 عامل، كل هذه المعطيات تكشف الثقل الاقتصادي والاجتماعي لهذا القطاع، بعد توقيع الجزائر على الميثاق العالمي حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جوان 2000 ومحاولتها الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة وضعت الجزائر تعريفا محددًا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي:

الجدول رقم (06): تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب التشريع الجزائري.

نوع المؤسسة	عدد العمال	رأس المال	مجموع الأصول
مصغرة	09-01	أقل من 20 مليون دج	لا يتجاوز 10 ملايين دج
صغيرة	10-49	أكبر من 200 مليون دج	100 مليون دج
متوسطة	50-250	من 200 مليون دج - 02 مليار دج	100 - 500 مليون دج

المصدر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، العدد 77، ديسمبر 2001، ص 06.

3-2 . تقييم فعالية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في استحداث والحفاظة على الوظائف

لتقييم نتائج ودرجة فعالية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر ومدى نجاعتها في التوظيف، والمساهمة في التخفيف من البطالة، نلجأ لمؤشرات إحصائية، تسمح لنا بتحليل واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مجال التوظيف، والحكم على السياسات المتبعة، واقتراح التعديلات الممكنة، لزيادة فعاليتها مستقبلا في ظل تحرير التجارة الخارجية واشتداد المنافسة العالمية .

• نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من إجمالي الوظائف

يسمح لنا هذا المؤشر بتقدير أهمية الوظائف المتوفرة في هذه المؤسسات من إجمالي الوظائف كما سنوضح ذلك من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (07) : نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من إجمالي الوظائف
للفترة : 2000 - 2013.

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد المناصب الإجمالية ³	6240	6596	6917	7278	8051	8497	9002	9269	9581	9472	9736	9599	10170	10788
عدد المناصب لـ م ص م	634375	737062	791082	789534	838504	1157856	1252647	1355399	1540209	1756964	1699905	1724197	1776461	1915495
معدل النمو	.	16.18	0.81 -	3.56 -	18.93	45.22	7.72	7.94	14.59	10.05	18.45	5.98	3.03	7.82
النسبة إلى إجمالي التوظيف	10.16	11.17	10.61	9.68	10.41	13.62	13.51	15.05	16.84	18.54	17.46	17.96	17.46	17.75

المصدر : إعداد الباحثين استنادا إلى بيانات تقارير وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بالإضافة إلى منشورات السنوية للديوان الوطني للإحصائيات، بالنسبة لمعدل النمو والنسبة إلى إجمالي التوظيف
ملاحظة: بالنسبة لمعطيات 2012 و2013 عدد العمال في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يخص السداسي الأول فقط.

الملاحظ من الجدول رقم (08) أن حجم مناصب الشغل التي توفرها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أخذت في التزايد السريع حتى 2003 حيث عرفت تراجع طفيف خلال هذه السنة، لتعود وترتفع من جديد خلال الفترة 2004 - 2013، وهذا يعود إلى الإجراءات المتخذة من طرف الدولة لتعزيز و تدعيم هذا القطاع باعتباره المفتاح للقضاء على البطالة، وهذا ما نلتمسه من خلال الغلاف المخصص لها في مختلف البرامج التنموية المنفذة، وهذا ما تعكسه معدلات نمو التوظيف في هذا القطاع التي كانت موجبة في معظم سنوات الفترة 2000 - 2013، كما يظهر أيضا من الجدول الدور المتزايد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في استقطاب المزيد من اليد العاملة فمن توفير حوالي 10.16% من إجمالي مناصب الشغل المتاحة سنة 2000 إلى حوالي 17.75% نهاية السداسي الأول من سنة 2013. ولكن بالرغم من الجهود الجبارة التي بذلت في سبيل تعزيز هذا القطاع إلا أن البيانات والأرقام

الإحصائية لتطور عدد مناصب العمل المتوفرة تبين أن مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من إجمالي تعداد الوظائف، تبقى بعيدة جدا عما ينتظر منها في هذا المجال.

• تحليل تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأثره على حجم عمالتها

هذا المؤشر يسمح بتحليل الزيادة أو النقصان في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وأثره في تغير حجم العمالة، خلال فترة زمنية معينة. وتطور كل من العمالة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعددها، للفترة 2000-2013، كفيلا لإجراء هذه الدراسة وبالاعتماد على معطيات تقارير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يظهر الجدول التالي:

الجدول رقم (08) : تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعدد مناصب الشغل بها للفترة : 2000-2013 .

السنوات	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
عدد المؤسسات ص م	159507	179893	261863	288587	312959	342788	376767	410959	519526	570838	607297	659660	700000	711832
عدد العمال	634375	737062	731082	789534	838504	1157856	1252647	1355399	1540209	1756964	1699905	1724197	1776461	1915495

المصدر : تقارير وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

إن التطور الذي حدث في مناصب العمل خلال الفترة قيد الدراسة بلغ 1281120 منصبا في نهاية السداسي الأول لسنة 2013، أي نسبة 202% كزيادة مقارنة مع سنة 2000 . هذه النسبة إذا ما قمنا بتحليلها عبر السنوات، ومقارنتها بالزيادة الحاصلة في عدد المؤسسات سنويا، يمكننا استخراج التغيرات المتتالية التي طرأت على عدد الوظائف، نتيجة تغير عدد المؤسسات، بالاستعانة بالجدول التالي :

الجدول رقم (09): تحليل تطور عدد المؤسسات وعدد المناصب بما للفترة 2000 - 2013

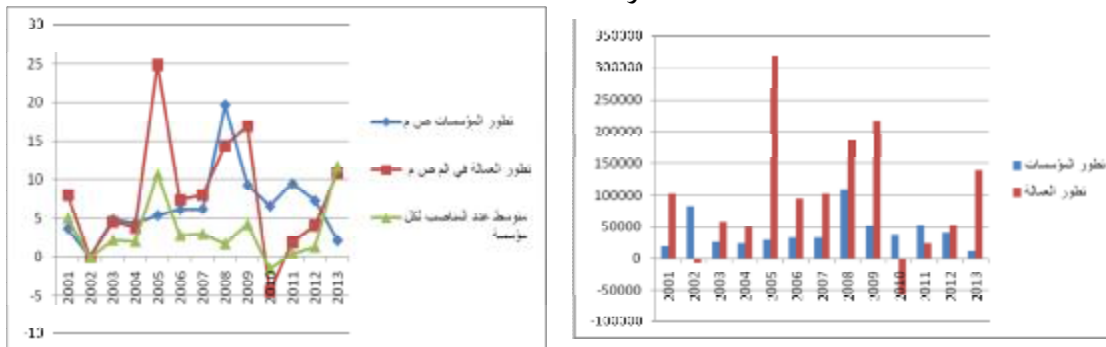
متوسط عدد المناصب لكل مؤسسة	تطور العمالة		تطور المؤسسات		طبيعة التغير السنوات
5.037	08.01	102687	03.70	20386	2001
0.07 -	0.47-	5980 -	14.84	81970	2002
2.18	04.56	58452	04.84	26724	2003
2.01	03.82	48970	04.41	24372	2004
10.7	24.93	319352	05.40	29829	2005
2.79	07.4	94791	06.15	33979	2006
3	08.02	102752	06.20	34192	2007
1.7	14.42	184810	19.65	108567	2008
4.22	16.92	216755	09.29	51312	2009
1.56 -	04.45 -	57059 -	06.60	36459	2010
0.46	01.89	24292	09.48	52363	2011
1.29	04.08	52264	07.30	40340	2012
11.75	10.85	139034	02.14	11832	2013
2.32	100	1281120	100	552325	المجموع

ملاحظة: تطور المناصب وحجم المؤسسات سنويا .

المصدر : بيانات الجدول رقم (08) والنسب والفوارق والمتوسطات من إعداد الباحثة .

الملاحظة الأولية من الجدول أن كل 100 مؤسسة منشأة وفرت 232 منصب عمل جديد كمتوسط للفترة المدروسة، وإذا قمنا بتمثيل كل من معدلات تطور العمالة ومعدل تطور مجتمع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ثم المعدل النسبي لهما سنويا، نحصل على :

الشكل رقم (04) : مقارنة تطور العمالة و تطور عدد المؤسسات ومتوسط عدد المناصب للفترة 2000-2013.



المصدر : من إعداد الباحثين استنادا إلى بيانات ونتائج الجدول رقم (09) .

من البيانيين نلاحظ عدم تجانس بين طبيعة معدلات تطور عدد المؤسسات وطبيعة تطور حجم العمالة بأغلب السنوات .

- في سنة 2001 معدلات موجبة لتطور عدد المؤسسات وتطور العمالة معا، بمعدل كل مؤسسة منشأة و فرّت 5 مناصب عمل جديدة.
- في سنة 2002 هناك زيادة معتبرة في عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (14.84%)، وهذا راجع إلى إلحاق قطاع الصناعة التقليدية بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في بداية هذه السنة، ولكن مع ذلك سجّل معدل عمالة سالب وإن كان طفيفا جدا (-0.07%) صافي توظيف سالب، أي انضمام 7 أشخاص لفئة العاطلين عن العمل، مقابل إنشاء كل 100 مؤسسة جديدة، نتيجة تسريح العمال بالمؤسسات العامة، وهذا ما يشير إلى أن معظم المؤسسات المنشأة هي مؤسسات فردية، عاجزة عن استيعاب أكثر من فرد .
- نسجل في سنة 2003 معدلا موجبا للتوظيف، يقارب معدل تطور عدد المؤسسات الذي تراجع بشكل كبير مقارنة بسنة 2002، هذا يعني أن طبيعة المؤسسات المنشأة توظف أكثر من عامل بمعدل توظيف 218 منصبا لكل 100 مؤسسة جديدة .
- نسجل في سنة 2004 نفس الملاحظة للسنة السابقة، لكن بوتيرة أقل، حيث تراجع تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أقل من درجة تراجع معدل التوظيف، هذا ما يفسر ميل طابع المؤسسات المنشأة نحو الفردية. بمعدل توظيف 201 منصبا لكل 100 مؤسسة جديدة .
- في سنة 2005 نلاحظ زيادة في معدل التوظيف (24.93%) فاقت بكثير الزيادة في معدل تطور عدد المؤسسات (5.4%)، هذا يعكس الاتجاه الجديد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نحو توظيف أكثر للعمال، بمعدل توظيف حوالي 11 منصبا لكل مؤسسة جديدة .
- في سنة 2006 نسجل زيادة طفيفة لمعدل المؤسسات وتراجع كبير لمعدل التوظيف، حيث أصبحت كل مؤسسة منشأة توظف حوالي 3 عمال.
- في سنة 2007 نسجل زيادة طفيفة في معدل التوظيف مقارنة بمعدل المؤسسات. بمعدل 3 عمال لكل منشأة جديدة.
- في سنة 2008 نلاحظ زيادة معتبرة في تطور معدل المؤسسات (19.65%) وهذا يفسر بضم أصحاب المهن الحرة إلى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال السداسي الأول من هذه السنة، ولكن هذا لم ينعكس على معدل التوظيف الذي كان

- ضعيفا نسبيا. بمعدل حوالي عاملين لكل منشأة جديدة، وهو ما يفسر ميل طابع المؤسسات نحو الفردية.
- في سنة 2009 سجلنا تراجع كبير في معدل المؤسسات مقابل زيادة مقبولة في معدل الوظائف بمعدل 422 عامل لكل 100 مؤسسة جديدة.
 - في سنة 2010 تواصل التراجع في معدل المؤسسات المنشأة مقابل نمو سالب للمعدل التوظيف، أي مقابل كل 100 مؤسسة جديدة ينظم 156 عامل إلى فئة البطالين.
 - في سنة 2011 سجلنا زيادة طفيفة في معدل المؤسسات مقابل زيادة طفيفة في معدل التوظيف، بمعدل كل 100 مؤسسة منشأة توظف 46 عامل.
 - في سنة 2012 نلاحظ تراجع طفيف في معدل المؤسسات مقابل زيادة طفيفة في معدل التوظيف، أي بمعدل توظيف 129 عامل مقابل كل 100 مؤسسة جديدة.
 - وفي سنة 2013 نسجل تواصل التراجع في معدل المؤسسات مقابل زيادة معتبرة في معدل الوظائف، وهو ما يعكس ميل المؤسسات إلى توظيف أكثر للعمالة، بمعدل 12 عامل لكل مؤسسة منشأة جديدة.
 - من التحليل السابق نستخلص أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنشأة في سنة 2013 أصبحت تميل للتوظيف بكثافة أكبر، مقارنة مع السنوات السابقة، هذا الاتجاه هو الذي سيساهم في زيادة حجم العمالة، خلافا للمؤسسات الفردية التي أثرها يكون ضعيفا في التخفيف من البطالة،

• مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل حسب قطاعات النشاط

يسمح هذا المؤشر بتحديد تأثير الانفتاح التجاري على القطاعات الاقتصادية بحسب مساهمتها في التشغيل، هذا الأخير الذي يسمح للجميع بإمكانية الوصول إلى الوظائف والدخول وذلك من أجل الحد من الفقر ومن أجل الاستفادة التامة من القدرات البشرية في مجال فرص الدخل والثروة²³. والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (11) التوزيع القطاعي للتشغيل على مستوى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للسنوات

2002، 2005 و2013

2013		2005		2002		السنوات
التشغيل %	المؤسسات %	التشغيل %	المؤسسات %	التشغيل %	المؤسسات %	
29,50	18,92	18,93	18	38,9	28,93	البناء والأشغال العمومية

تحليل وضعية التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر في ظل الانفتاح التجاري
أ.د. بريس عبد القادر + أ. بنداوي جميلة

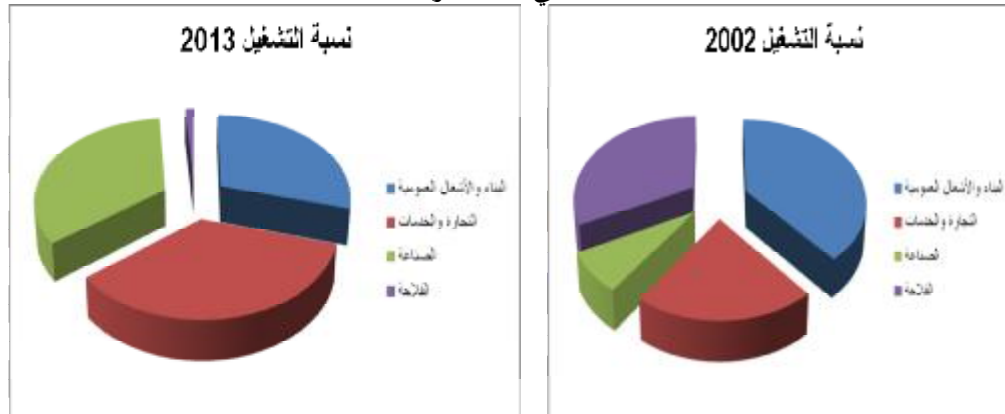
34,85	65,28	48,13	44,04	20,89	44,77	التجارة والخدمات
34,44	14,71	29,71	31,53	7,8	12,4	الصناعة
1,21	1,09	3,23	6,43	32,41	13,9	الفلاحة
100	100	100	100	100	100	المجموع

المصدر: - بالنسبة لمعطيات 2002: صالح صالحي، أساليب تنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتوسطة في الاقتصاد الجزائري، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 03، 2004، ص 29.

- بالنسبة لباقي السنوات معطيات مديرية الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار. الواضح أن قطاع الخدمات عرف نموا مطردا طيلة السنوات المختارة، متبوعا بقطاع البناء والأشغال العمومية، أما قطاع الصناعة فقد عرف نموا متذبذبا، في حين عرف قطاع الزراعة تدهورا كبيرا.

من خلال التحليل السابق يمكن القول أن تبني سياسة الانفتاح أدى إلى توسع لقطاع التجارة والخدمات على حساب قطاع الزراعة، وهي نفس النتيجة التي توصلنا إليها على المستوى الكلي، كما يظهر في الشكل التالي:

الشكل رقم (05): توزيع التشغيل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب قطاعات النشاط لسنتي 2002 و2013



المصدر: من إعداد الباحثين بناء على معطيات الجدول رقم (11)

الخاتمة:

لقد حاولت هذه الدراسة تحليل العلاقة بين سياسة الانفتاح التجاري والتشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، بالاعتماد على عدد من المؤشرات خلال الفترة (2000-2013)، وقد خلصت الدراسة إلى أن سياسة الانفتاح التجاري التي تبنتها الجزائر في إطار الإصلاحات الهيكلية كان لها دورا إيجابيا في رفع مستويات التوظيف داخل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولاسيما بعد صدور قانون حوصصة مؤسسات القطاع العام الذي صدر بموجب الأمر رقم 22-95 المؤرخ في 26 أوت 1995، ولكن هذه الزيادة في مستويات التوظيف مردها إلى النمو المطرد لقطاع التجارة والخدمات على حساب قطاع الفلاحة، وهذا ما لمسناه من خلال تحليل معظم المؤشرات التي شملتها الدراسة:

- إن تبني الجزائر لسياسة الانفتاح التجاري أدى إلى توسع لقطاع الخدمات والذي ساهم في أكثر من 50% من إجمالي الوظائف المنشأة طيلة فترة الدراسة، وهذا إنما يدل على المرونة التي يتمتع بها هذا القطاع والتي جعلته أكثر القطاعات تكيفا مع المتغيرات الجديدة التي فرضتها سياسة الانفتاح التجاري على سوق العمل في الجزائر، متبوعا بقطاع البناء والأشغال العمومية على حساب قطاع الفلاحة وقطاع الصناعة.
- مؤشر النسبة إلى إجمالي الوظائف كان متزايدا في معظم سنوات الفترة 2000-2013، حيث انتقل من 10.16% سنة 2000 إلى حوالي 18%، وهذا يدل على الأهمية المتنامية لهذا القطاع من إجمالي الوظائف.
- مؤشر متوسط الوظائف المنشأة لكل مؤسسة جديدة، عرف هو الآخر نموا إيجابيا، حيث انتقل من حوالي توظيف 5 عمال عن كل مؤسسة جديدة في سنة 2000 إلى توظيف حوالي 12 عامل عن كل مؤسسة جديدة في سنة 2013، وهذا يشير إلى أن المؤسسات المنشأة في الفترة الأخيرة أصبحت تميل إلى التوظيف بكثافة أكبر، وهذا ما سيساهم في القضاء على البطالة.

الاقترحات والتوصيات:

بعد معاجتنا لهذا الموضوع توصلنا إلى أن سياسة الانفتاح التجاري التي تبنتها الجزائر منذ منتصف التسعينات أدت إلى تحسن مستويات التشغيل في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولكنها أدت كذلك إلى انتقال للعمالة من القطاعات المنتجة (الفلاحة) إلى القطاعات غير المنتجة (التجارة والخدمات)، وهذا أثر سلبي، ولهذا لا بد من التركيز على النقاط التالية التي ندرجها كتوصيات:

- ضرورة تسريع عملية تأهيل قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لتعزيز تنافسيته، ليس فقط في السوق المحلية، وإنما كذلك في السوق الأجنبية، إذ لا بد من التفكير في مرحلة ما بعد البترول.
- لا بد من توجيه المزيد من الدعم إلى الاستثمارات المنتجة الموجهة للتصدير على مستوى قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، لكون هذه الأخيرة تميل إلى التوظيف بكثافة أكبر وهو ما يؤدي إلى القضاء على البطالة.
- جذب رأس المال البشري، من خلال تشجيع عودة الأدمغة، فقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحاجة إلى مثل هذه الكفاءات من أجل قيادة قاطرة التنمية.

الهوامش :

- ¹Workers In An Integrating World Development Report 1995.
- ² World Bank (1980) Education Sector policy Review, Washington: World Bank.
- ³ Cardebat Jean Marie, Ouverture commerciale ET le Marché de Travail, centre Thucydide, 2001, p03.
- ⁴ Feliciano, Zadia M(2001), Workers and Trdeliberalization : The Impact of Trade Reforms in Mexicoon Wages and Employment, Industrial and Labor Relations Review, Vol 55, N0 .1 ,PP 95-115.
- ⁵Hoekman, B and Winters L. Alan, 2005, Trade and Employment : Stylized Facts and Research Findings, DESA Working, p7.
- ⁶ رحيم حسين، " سياسات التشغيل في الجزائر: تحليل وتقييم" مجلة بحوث اقتصادية عربية، القاهرة، العددان 61-62 / شتاء- ربيع 2013، ص 133.
- ⁷ زكية مشعل، الإنفتاح التجاري وأثره على السياسات المالية والنقدية، مجلة الملك سعود، العدد 13، كلية العلوم الإدارية، الرياض، 2001، ص 446.
- ⁸ كمال بوصافي، حدود البطالة الظرفية والبطالة البنوية في الجزائر خلال المرحلة (1990 – 2002)، مجلة علوم الاقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة الجزائر، 2006، العدد 14، ص 137.
- ⁹ عبد الخالق بوعتروس، الانعكاسات الاجتماعية لبرامج التعديل الهيكلي في الدول العربية-حالة الجزائر - الملنقى الدولي حول برامج التصحيح الهيكلي والمسألة الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 29- 30 ماي 2000، ص.ص 9-10.

¹⁰ Saib Musette, Nacereddine Hamouda, Evaluation des effets du PAS sur le marché du travail en Algérie, les cahiers du CREAD (centre de recherche en économie appliquée pour le développement), Alger, N°46/47, 1998/1999, P 171.

¹¹ IBID, P.P 163-169.

¹² Medjkoun Mohamed, Ajustement structurel emploi et chômage en Algérie, les cahiers du Créad, N°46/47, 1998-1999, P 165.

¹³ بن بوزيان محمد وآخرون، قياس اثر الاصلاحات الاقتصادية المنتهجة من طرف الجزائر على مشكلة البطالة و التشغيل، الملتقى الوطني الثاني حول واقع التشغيل في الجزائر وآليات تحسينه، جامعة بن يوسف بن خدة-الجزائر، جوان 2008، ص.ص 118، 119.

¹⁴ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي، مشروع التقرير التمهيدي حول الطرف الاقتصادي والاجتماعي للسداسي الأول من السنة 2004، الدورة العامة العادية 25 ديسمبر 2004، ص 120.

¹⁵ برنامج التنمية الخماسي 2010 – 2015، بيان اجتماع مجلس الوزراء، الجزائر، 24 ماي 2010.

¹⁶ خالد الزواوي، البطالة في الوطن العربي: المشكلة...والحل، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2008، ص: 15.

¹⁷ تتضمن اليد العاملة النشطة، الأشخاص الذين تتوفر فيهم الشروط لأن يدرجوا ضمن فئة المشغلين أو البطالين، وهي جزء من اليد العاملة التي هي في سن العمل.

¹⁸ يقدر الطلب الإضافي للتشغيل في الجزائر بنحو 300.000 منصب شغل في السنة، منها 120.000 من حاملي شهادات التعليم العالي.

¹⁹ ناصر دادي عدون، عبد الرحمان العايب، البطالة وإشكالية التشغيل ضمن برامج التعديل الهيكلي للاقتصاد- حالة الجزائر- ديوان المطبوعات الجامعية، 2010، الجزائر، ص 251.

²⁰ رحيم حسين، مرجع سابق ص 133.

²¹ براق محمد، بوسعين تسعديت، أسباب إنتشار البطالة وإجراءات مواجهتها في الجزائر، الملتقى الدولي حول "إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة"، جامعة المسيلة 15-16 نوفمبر 2011.

²² نشرية المعلومات الاحصائية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، نوفمبر 2013، وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- Krueger. Anne-0 Trade Strategies and Employment in developing countries, finance and development, Volume 03, Chicago, university of Chicago, press, 1983.
- Medjkoun Mohamed, Ajustement structurel emploi et chômage en Algérie, les cahiers du Créad, N°46/47, 1998-1999.
- Saib Musette, Nacereddine Hamouda, Evaluation des effets du PAS sur le marché du travail en Algérie, les cahiers du CREAD (centre de recherche en économie appliquée pour le développement), Alger, N°46/47, 1998/1999.
- Workers In An Integrating World Development Report 1995.
- World Bank (1980) Education Sector policy Review, Washington: World Bank.

دور الابتكار التسويقي في تحقيق القدرة التنافسية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - ملبنة النايلي بالجلفة أنموذجا -

د/ قاشي خالد*

جامعة البليدة 2 - الجزائر

أ/ نوارى خيرة**

جامعة الجلفة - الجزائر

أ/ عثمان ليلي***

جامعة الجلفة - الجزائر

Abstract :

This study aimed to identify the role of innovation and marketing to achieve the competitiveness of the institution studied, and to achieve the objective of the study and testing of hypotheses, we dealt with two types of data are of secondary data and primary data, where a questionnaire designed was distributed to members of the Board of Directors in the studied institution. Where to find averages and standard deviations and frequency distribution percentages, in order to identify the assessments of respondents for each of the statements contained hypotheses of the study were also tested using simple linear regression analysis.

Key words: innovation, marketing, capacity, competitiveness, enterprise, Djelfa

مقدمة:

أفرزت التحولات العالمية توجهات جديدة، وشهدت عددا من المتغيرات مست كافة المؤسسات. حيث أبرزت واقعا جديدا و أدخلت مفاهيم و تقنيات حديثة، تتسم

* أستاذ محاضر ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة البليدة 2 ، مايل
khaledegachi2000@yahoo.fr

** أستاذة مؤقتة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجلفة

*** أستاذة مؤقتة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة الجلفة

بملاح وروى تتوافق مع طبيعة العالم المعاصر، القائم على الحركة و التغيير، العلم، التقنية، التواصل، و الانفتاح و التحرر الاقتصادي الذي فتح المجال أمام المنافسة الأجنبية.

يعتبر الابتكار في مؤسسات العالم حالة ضرورية لا غنى عنها لاستمرار وبقاء ونمو هذه المؤسسات، إذ لابد لهذه المؤسسات من الاستجابة لظروف البيئة شديدة التعقيد وذات المنافسة الفعالة والتي تمتاز بتغيرات واسعة التأثير عليها من أن تنتهز بل وخلق الفرص المطلوبة لها للاستمرار والنجاح لتحقيق أهدافها والشروع باستثمار قدرتها وطاقاتها لتحقيق المزيد من الأرباح وزيادة حصتها السوقية إذ لابد من الخلق والابتكار في التسويق لتحقيق مزيج تسويقي متكامل والقيام بأنشطة تسويقية ذات طابع ابتكاري تساهم في رفع معدلات أداء هذه المؤسسات.

لكي تتمكن المؤسسة من القدرة على التنافس وحب عليها أن تتضمن على ميزة أو مجموعة مزايا تنافسية تمكنها من تحقيق الأسيقية في مجال نشاطها فيجب أن تتميز بالابتكار عامة و بالابتكار التسويقي خاصة الذي يعتبر احد أهم الركائز لبناء و تعزيز القدرة التنافسية لهذه المؤسسة.

أهمية الدراسة:

- يستمد هذا البحث أهميته من أهمية موضوعه وهو الابتكار التسويقي ومقدار العائد الذي يمكن أن يحققه وانعكاس ذلك على المؤسسة إذا ما تم الأخذ بنتائجه وتوصياته.
- كذلك تساعد هذه الدراسة تساعد في تقديم اقتراحات من شأنها أن تساعد في تطوير المؤسسات الجزائرية.
- كما ستحاول في هذه الدراسة تقديم مساهمة علمية في البحث العلمي ولقت انتباه الباحثين لتناول هذا الموضوع بشكل جاد من جوانب وأبعاد مختلفة من اجل إثراء هذا البحث العلمي وحقل المعرفة في هذا المجال ودفعهم للقيام بدراسات مستقبلية في الموضوع، وفي مواضيع متعلقة به تشمل قطاعات مختلفة.

هدف الدراسة:

- توعية المؤسسات بأهمية الابتكار والدور الذي يلعبه في التأثير على القدرة التنافسية.
- إبراز تأثير الابتكار على المؤسسة الجزائرية .

- يتمثل هدف الدراسة في حث المؤسسات على الابتكار في نشاطاتها بشكل عام والنشاطات التسويقية بشكل خاص وذلك من خلال عرض لبعض الأفكار الابتكارية التسويقية في المنتج، السعر، الترويج، و التوزيع.
مما سبق يمكن صياغة السؤال الرئيسي كالتالي: **ما مدى مساهمة الابتكار التسويقي في تحقيق القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وما هو واقع ذلك في ملبنة النايلى بالجلفة؟**

فرضيات الدراسة: للإجابة على إشكالية البحث، نضع الفرضية الرئيسية التالية:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية ما بين الابتكار التسويقي وتحقيق القدرة التنافسية لمؤسسة النايلى.

تم تقسيم الدراسة إلى خمسة محاور:

المحور الأول: الابتكار التسويقي: المفهوم، الأهمية، المراحل ؛

المحور الثاني: القدرة التنافسية: التعريف، المؤشرات والأبعاد؛

المحور الثالث: الابتكار مدخل لتطوير القدرة التنافسية ؛

المحور الرابع: دور الابتكار التسويقي في تطوير القدرة التنافسية في ملبنة النايلى بالجلفة ؛

المحور الأول: الابتكار التسويقي: المفهوم، الأهمية، المراحل

أولاً: مفهوم الابتكار التسويقي

عرفه أبو جمعة بأنه: "وضع الأفكار الجديدة أو غير التقليدية موضع التطبيق الفعلي في الممارسات التسويقية"¹. وهذا يعني أن أي ابتكار تسويقي ينطلق من فكرة جديدة ولا يتوقف عند حد توليد أو إيجاد فكرة جديدة، وإنما يتعدى ذلك إلى وضع هذه الفكرة موضع التطبيق العملي، ولذا يعرف على أنه: "الاستغلال الناجح للأفكار الجديدة"²، وبالطبع في مجال التسويق.

إن التسويق الإبتكاري يركز على النشاط التسويقي وأساليب العمل التسويقي ولاسيما ما يتصل بعناصر المزيج التسويقي، وما تقوم به المؤسسة من أساليب وطرق وإجراءات أو استخدام معدات وآلات تساهم في خلق حالة جديدة تسويقيا سواء في مجال المنتج أو التوزيع أو الترويج... وهكذا أن استحداث طريقة جديدة في تقديم الخدمة هو تسويق ابتكاري، توزيع المنتج بطريقة آلية هو تسويق ابتكاري، ابتكار طريقة تسعير تعزز القيمة هو تسويق ابتكاري، وكذلك ابتكار طريقة للاتصال الترويجي من خلال الحفلات

الخاصة لعينة من الزبائن هو تسويق ابتكاري ، وهكذا فإن أي فعل مميز ومتفرد في مجال التسويق يجعل المؤسسة مختلفة عن الآخرين في السوق يدخل في مجال التسويق الإبتكاري.³ ما يميز الابتكار في مجال التسويق والمنطلق من أفكار تسويقية بحتة بخلاف الابتكارات التسويقية المعتمدة على التكنولوجيا الجديدة، هو أنه لا يتطلب استثمارات ضخمة، كما أنه عادة ما يكون أقل خطورة وأكثر فعالية، ولكن في المقابل نجد أنه سهل التقليد من طرف المنافسين.⁴

ثانيا: أهمية الابتكار التسويقي للمؤسسات

تتعاطم أهمية الابتكار التسويقي في ظل البيئة التي تنشط بها المؤسسة؛ والتي تعرف ديناميكية وتغيرات جذرية عما كانت عليه قبل بضع عقود من الزمن، ومن بين العوامل التي سببت توجه المؤسسات نحو الاهتمام الشديد بالابتكار التسويقي نذكر⁵: ارتفاع شدة المنافسة، ارتفاع توقعات المستهلكين، كبر حجم منظمات الأعمال، نقص الموارد وتزايد الطلب على الأفكار الجديدة.

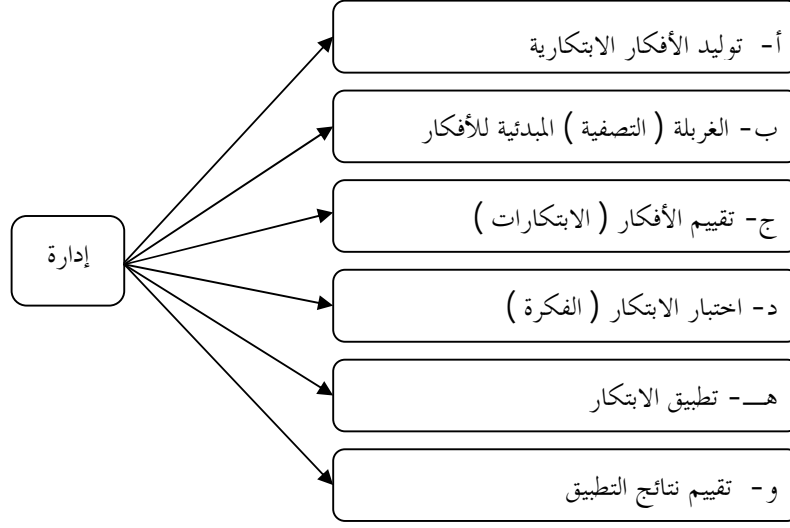
كما تهدف المؤسسات من خلال تقديم ابتكارات تسويقية إلى إرضاء الزبائن بشكل أساسي وهو ما يمكنها من التميز ضمن مضممار المنافسة ولم لا تحقيق الريادة والتفوق، فالزبون هو سبب نجاح المؤسسات او فشلها لكونه هو الطرف المحدد لبقائها أو اندثارها وزوالها . فتقدم الجديد والمطور باستمرار يكسب المؤسسة رضا الزبائن الحاليين ويجذب انتباه المتوقعين منهم والذين قد يغيرون وجهتهم نحو التعامل مع المؤسسة المبتكرة فيحجمون عن الاستمرار في التعامل مع مؤسستهم النمطية التي ألفوا منتجاتهم المتقادمة والتي لم يعد بإمكانها إشباع حاجاتهم المتغيرة ولم تعد تقوى على مجاراة التغيرات المستمرة في أذواقهم وميولاتهم. بالإضافة إلى ما سبق فإن دور الابتكار التسويقي لا يقتصر عند هذا الحد بل يتعداه إلى تحقيق غايات التسويق الاستباقي (Proactive Marketing) الذي يعني خلق واثارة الفرص؛ أي التوصل إلى حاجات ورغبات لم يتم تلبيتها من قبل تلبيتها فعلا أو توقع تصورات العميل المستقبلية للمنتج ومحاولة تحقيقها .وكمثال على هذا نذكر جهاز Walkman وسماعات الرأس Headphone المبتكرين من قبل شركة سوني والذين لم يكونا قد طلبا من قبل المستهلكين، غير أن ابتكارهما وإطلاقهما في الأسواق سنتي 1970 و 1979 على التوالي شهد رواجا منقطع النظير رغم أن الناس وقتها لم يفكروا في هذين المنتجين.

يعمل التسويق الإبتكاري أيضا على اكتشاف أسواق جديدة، فالاعتماد على الأسواق الحالية ليس ابتكارا، فالمنظمات تخترع وتقدم التكنولوجيا ثم تضع تطبيقا لها ليتناسب مع حاجات

ورغبات المستهلكين الحالية والمستقبلية. فلا يجب الاكتفاء بالنجاحات السابقة فقط بل يجب الابتكار والتجديد المستمر الذي لولاه لما كانت النجاحات.⁶

ثالثا: مراحل الابتكار التسويقي

تتضمن عملية مراحل الابتكار التسويقي وأدائها مجموعة من المراحل حيث أنما تخضع جميعها للتطبيق الإداري، ويبين الشكل الموالي أهم مراحل عملية التسويق الابتكاري.
الشكل رقم(01): مراحل عملية الابتكار التسويقي



المصدر: نعيم حافظ أبو جمعة، مرجع سبق ذكره، ص55.

أ- توليد الأفكار الابتكارية:

تبدأ عملية التسويق الابتكاري بمرحلة توليد الأفكار الابتكارية، ويمكن أن تكون هذه الأفكار في أي من العناصر الأساسية للمزيج التسويقي من منتج وسعر وترويج وتوزيع.⁷ ويمكن توليد الأفكار المطلوبة كما يلي:

- الترابط وهو توليد أفكار جديدة من أفكار غير متشابهة.
- قلب الأفكار العادية المطروحة.
- مقارنة الحلول المعروضة بالأمور العادية.

- التركيز على منافسة الأفكار الغريبة للخروج من صندوق العقل البشري ثم تعديل تلك الأفكار لتناسب مع واقع البيئة.⁸
ونجد كذلك من الطرق التي يمكن الاستعانة بها لتوليد الأفكار الابتكارية ما يلي:

العصف الذهني: وهذه الطريقة هي هجوم خاطف وسريع على مشكلة معينة، ويقوم المشتركون في العصف الذهني بإطلاق العديد من الأفكار والبدائل وبسرعة، حتى تأتي الفكرة التي تصيب الهدف وتحتل المشكلة، ويستغرق هذا الأسلوب فترة قصيرة نسبياً، بين ربع ساعة وساعتين تقريباً، كما هو واضح في هذا التعريف فإن هذا الأسلوب يعتمد على مفاجأة المشتركين في حل المشكلة، وإثارة ذهنهم، وتطوير حلول عديدة بديلة، ومناقشة سريعة لهذه البدائل حتى يمكن الوصول إلى أحسن حل.⁹

كتابة الأفكار: إن كتابة الأفكار يستخدم لتوليد الأفكار الجديدة، إذا كان عصف الأفكار يمثل طريقة جماعية لإيجاد أكبر عدد من الأفكار الجديدة، فإن كتابة أفكار (Brainwriting) تمثل طريقة فردية من أجل أن يكتب ويدون الفرد أفكاره وذلك بإعطاء الوقت الملائم من أجل اختلاء الفرد بنفسه والتسجيل لأكثر عدد من الأفكار الجديدة أو الأفكار الخلاقة التي ترد على ذهنه في الموضوع المعني أو لمعالجة المشكلة التي يواجهها.¹⁰

ب- فريضة (تصفية) الأفكار:

تعتبر هذه المرحلة تقييماً مبدئياً سريعاً وعماماً للأفكار، استناداً إلى عدد من المعايير الملائمة في هذا المجال، ومن هذه المعايير مدى تمشي الفكرة مع أهداف وإستراتيجية المؤسسة، ومدى الحاجة إلى مهارات تسويقية لتطبيقها، ومدى توفر هذه المهارات والخبرات لدى المؤسسة، وإمكانية توفيرها - في حالة عدم وجودها بالمؤسسة - والموارد المالية اللازمة لوضعها موضع التنفيذ، ومدى الحاجة إلى إمكانيات فنية أو إنتاجية - كما هو الحال إذا كانت الفكرة منطلقة بمنتج جديد - والموارد والمستلزمات اللازمة لوضع الفكرة موضع التطبيق، وما شابه ذلك من المعايير.¹¹

ج- تقييم الأفكار الإبتكارية:

وفي هذه المرحلة يتم تقييم الأفكار (الابتكارات) بشيء من التفصيل، بحيث يتحدد ما للفكرة وما عليها، وذلك في ضوء عدد من المعايير أهمها¹²:
- التكلفة، الوقت، الجدوى، القبول، العائد.

- بحيث يمكن في نهاية المرحلة الحكم على ما إذا كانت هذه الأفكار ذات جدوى من عدمه وذلك بتطبيق إحدى الطرق التالية: - طريقة المزايا والعيوب - طريقة النقاط المرجحة - طريقة الحذف التدريجي.

د- اختبار الابتكار:

وتتم في هذه المرحلة عملية اختبار Test للابتكار (الفكرة) لتحديد ما إذا كان يمكن تطبيقها من عدمه وبالطبع فإن الابتكار الذي لا يصلح للتطبيق يتم استبعاده، بينما يتم الإبقاء على الابتكارات الأخرى والتي تنتقل إلى المرحلة التالية.

هـ- تطبيق الابتكار:

في هذه المرحلة يتم التطبيق الفعلي للابتكار على أرض الواقع ويصبح شيئاً ملموساً، يشعر به ويلمسه الزبون، ويصبح موضع التطبيق الفعلي وفي البيئة الفعلية لممارسة النشاط التسويقي أو الأنشطة التسويقية التي يرتبط بها الابتكار.¹³

و- تقييم نتائج التطبيق:

بعد تطبيق الابتكار والسماح بفترة زمنية كافية لتطبيقه، يتم تقييم النتائج التي تترتب على ذلك والتي قد تكون إيجابية أو سلبية أو خليطاً من الاثنين (بعضها سلبى والبعض الآخر إيجابى) بحيث يمكن الحكم على الابتكار ومدى نجاحه، و يرتبط بهذه الخطوة التوصل إلى عدد من الدروس المستفادة سواء فيما يتعلق بما يجب تجنبه أو عدم عمله، وما يجب عمله حتى يمكن زيادة احتمال نجاح التسويق الإبتكاري أو تقليل احتمال فشله.

لحور الثاني : القدرة التنافسية: التعريف، المؤشرات والأبعاد

أولاً: تعريف القدرة التنافسية

وردت لها مفاهيم عدة نذكر منها:

- القدرة على تزويد المستهلك بمنتجات وخدمات بشكل أكثر كفاءة وفعالية من المنافسين في السوق الدولية.¹⁴
- هي خاصية معينة أو مجموعة خصائص تمتلكها المؤسسة و تميزها عن غيرها من المؤسسات، بحيث تحقق لها موقفاً قوياً تجاه مختلف الأطراف. وان التحدي الحقيقي الذي تتعرض له أية مؤسسة ليس إنتاجاً أو تقديم المنتجات، بل القدرة على الإشباع المستمر لحاجات و رغبات السوق المتغيرة.¹⁵

- هي المهرة أو التقنية أو المورد المتميز الذي يتيح للمؤسسة إنتاج قيم و منافع للعملاء تزيد عما يقدمه المنافسون، و يؤكد تميزها و اختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف و التميز، حيث يحقق لهم المزيد من المنافع و القيم التي تتفوق على ما يقدمه لهم المنافسون الآخرون.¹⁶

- كما عرفت القدرة التنافسية على انها قدرة المؤسسة على صياغة و تطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز تنافسي أفضل بالنسبة للمؤسسات المماثلة و العاملة في نفس النشاط.¹⁷

ثانيا: مؤشرات قياس القدرة التنافسية

هناك أربع مؤشرات يمكن من خلالها قياس القدرة التنافسية وهم:¹⁸

1. **الربحية:** هي عبارة عن قياس للعائد في صورة الأرباح يحصل عليها المساهمين لاستثماراتهم في المنظمة و قد تكون في شكلين:

- عائد حقوق الملكية : توضح هذه النسبة ربحية المنظمة فيما يتعلق برأس المال الذي يقدمه المساهمون.

- عائد رأس المال :تهدف هذه النسبة إلى تقديم المعلومات عن أداء المنظمة بالتركيز على الكفاءة التي تستخدم

معها رأس المال، وهناك عاملين يمكن أن تتحقق من خلالها الربحية وهما:

* مدى جاذبية الصناعة التي تعمل بها : و نقصد بها بيئة الصناعة التي هي من بين العوامل التي تؤدي إلى وجود اختلافات في الربحية بين المنظمات.

* تحقيق ميزة تنافسية : هنا المنظمات تعمل على المفاضلة بين مزايا التكلفة الأقل و مزايا التمييز.
2. **التكلفة:** تلعب التكلفة دورا هاما كسلاح تنافسي، فلا يمكن تحديد أسعار تنافسية دون ضبط مستمر للتكاليف بهدف الريادة في السوق.

3. **الإنتاجية:** تعرف الإنتاجية بأنها نسبة من المخرجات والمدخلات أي أن إنتاجية أي عنصر من عناصر العملية الإنتاجية يمكن قياسه عن طريق هذه النسبة إذا أمكن معرفة كل المدخلات التي اشتركت في إخراج المخرجات.

أي أن: **مؤشر الإنتاجية = المخرجات / المدخلات**

4. **الحصة من السوق:** يعتبر نصيب المنظمة من مبيعات السوق من أهم المؤشرات التي يمكن من خلالها الحكم على تنافسيتها خاصة إذا كان السوق يتميز بالنمو وأنه يتوفر على فرص مستقبلية يجب على المؤسسة استغلالها حيث إذا كانت هذه الحصة كبيرة هذا يدل على أنها تمتلك تنافسية عالية في السوق مقارنة بالمنافسين الآخرين.

ثالثا: أبعاد تحقيق القدرة التنافسية

ركزت معظم الأدبيات على أبعاد مادية لتحقيق القدرة التنافسية في المؤسسات فتجد أنها اهتمت بالخدمات و المنتجات المقدمة للزبائن و تلبية حاجة السوق لتحقيق القدرة التنافسية مثل تخفيض كلفة الإنتاج، و إيصال المنتجات إلى السوق بالوقت المناسب و غيرها من الأبعاد، إلا أن هناك أبعادا غير مادية لتحقيق القدرة التنافسية، و هذه الأبعاد هي الآتية:

1-كفاءة وفعالية عمليات المؤسسة:

و يتم ذلك عن طريق تملك التكنولوجيا الأفضل، و موارد أولية ارخص، و كذلك استغلال أفضل للطاقات الإنتاجية، و كفاءة عمليات التسويق، و فعالية نظم الإنتاج، و نظم الصيانة، و كفاءة عمليات النقل و التخزين، و ذلك من خلال تطبيق استراتيجيات تضمن تحقيق ذلك بما تتضمن من إجراءات رقابة و سيطرة تضمن تحقيق أهداف المؤسسة.

2-جودة العمليات و المخرجات:

يحظى موضوع الجودة في العصر الحديث باهتمام متزايد في اغلب المؤسسات و في كافة أنحاء العالم، خاصة بعد أن انتبهت هذه المؤسسات سواء الصناعية منها أو الخدمية لأهمية الجودة و مدى إسهامها في تقدم و تطور الأداء، و النظر إلى الجودة سلاحا تواجهه به المؤسسات التحديات الداخلية و الخارجية، و أصبحت تشكل عاملا أساسيا لنجاح المؤسسات لما لها من دور بين استغلال الموارد و تحسين مستويات الأداء كما تكسب المؤسسة مزايا تنافسية مهمة تنعكس على رفع القدرة التنافسية و تحقيق موقع تنافسي في السوق.

3-ميزة الإبداع و التجديد و الابتكار:

و هو إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشيء جديد، و يتم من خلاله التوصل إلى حل لمشكلة ما، ا و إلى فكرة جديدة و تطبيقها، و هو يرتبط بالتكنولوجيا و يؤثر في المؤسسات. و يمثل الإبداع و الابتكار إحدى الضرورات الأساسية في إدارة الأعمال و المؤسسات التي انعكست على تصاعد الحاجات و الطموحات، فلم يعد كافيا أو حتى مرضيا أداء الأعمال في المؤسسات على اختلاف أنواعها بالطرق الروتينية التقليدية، لان الاستمرار بما يؤدي إلى التوقف، و هو بالتالي تراجع عن الركب السريع في المضي إلى الأمام أو الفشل.¹⁹

المحور الثالث: الابتكار مدخل لتطوير القدرة التنافسية

يمكن النظر إلى تأثير الابتكار كمدخل لتطوير القدرة التنافسية من خلاله تأثيره على كل من التكاليف، والتميز، والتركيز:²⁰

1- تأثير الابتكار التكاليف: حيث يمكن للمشروعات الصغيرة والمتوسطة تطوير العمليات بغية تخفيض التكاليف

بصفة عامة، وتكاليف الوحدة بصفة خاصة

2- تأثير الابتكار على التمييز: حيث يمكن للمشروعات الصغيرة والمتوسطة تبني سياسة التمييز، خصوصا في مجال

البحث والتطوير، وذلك من أجل إنتاج تشكيلة متنوعة من المنتجات تخدم شرائح أكثر في السوق، وحيث يمكنه عمل

تصاميم إبتكارية مقارنة بالمنافسين.

3- تأثير الابتكار على التركيز: حيث يمكن للمشروعات الصغيرة والمتوسطة تركيز جهودها على قطاع معين من

العملاء، من خلال التركيز على الابتكار في خطوط الإنتاج أو الابتكار في المنتجات، أو سوق محددة من أجل تلبية حاجاتهم

ورغباتهم على أكمل وجه. كما يمكن لتلك المشروعات التركيز على تطوير منتجات ذات جودة متميزة بنجاح، أو التركيز

على نطاق محدد من المنتجات.

هذا، وتؤكد الدراسات والكتابات التالية على أهمية أثر الابتكار في تطوير القدرة

التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ومنها²¹:

- دراسة (الحشاش: خالد، المشروعات الصغيرة مصدر الابتكار وإنتاج المعرفة والمبادرات، الملتقى الثاني للسياسات الاقتصادية، مجلة الاتحاد، الإمارات، 2013):

وتناولت المشروعات الصغيرة كمصدر للابتكار وإنتاج المعرفة والمبادرات، وأوضحت أن صناع القرار في الدول المتقدمة ينظرون إلى المشروعات الصغيرة والمتوسطة بأنها مصدر الابتكار وإنتاج المعرفة، والمزود الرئيسي للمبادرات والإبداعات في الأسواق، ما يتطلب منهم توفير أفضل السبل لتطوير ممارساتهم نحو التركيز على إنتاج المعرفة المنفعية القابلة للتحويل لسلع وخدمات.

- دراسة) الأسرج: حسين عبدالمطلب، تعزيز تنافسية المشروعات العربية الصغيرة والمتوسطة في ظل الاقتصاد المعرفي: الملتقى العلمي الدولي: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسنية بن بوعلي شلف، الجزائر، 4-5 ديسمبر، 2012):

وتناولت آليات دعم الابتكار وتنمية المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وأوضحت أن القدرة التنافسية للمشروعات الصغيرة والمتوسطة ترتقي من خلال البحث والتطوير والابتكار، والتطور التكنولوجي، والتحسين المستمر في المنتجات، ووجود قاعدة موارد بشرية تتمتع برقي وتعدد المهارات كما تتمتع بالإمكانيات الفنية والتكنولوجية الضرورية. ولكي تتمكن المشروعات الصغيرة والمتوسطة من مواجهة تحديات اقتصاد المعرفة فلا بد من تشجيع التحديث والابتكار والاستثمار فيها، ويتطلب الابتكار ذهنية تتميز بروح المبادرة، وحس الإبداع، وقدرات تنظيمية ديناميكية، وذهنية منفتحة على أفكار جديدة وثقافات أخرى، وتعزز بيئة التعلم. كما أوضحت الدراسة أنه إذا أريد للقدرة الابتكارية أن تتطور، يجب على المبتكرين التمسك بقيم الشركة وأهدافها المشتركة. ويجب أن تكون القيم التي تدعم القدرة الابتكارية جزءا لا يتجزأ من نسيج ثقافة الشركة.

- دراسة) رزيق وآخرون: الإبداع والابتكار كمدخل إستراتيجي لتطوير المناولة الصناعية في الجزائر، بحث مقدم إلى ملتقى الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة: دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية، "جامعة سعد دحلب البليدة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، خلال الفترة 01-08 ماي 2011):

وتناولت الإبداع والابتكار كمدخل إستراتيجي لتطوير المناولة الصناعية في الجزائر، وخلصت الدراسة إلى أن هناك تأخرا كبيرا بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة المناولة في الجزائر، والدليل هو النتائج الهزيلة المتوصل إليها لحد الآن، وذلك لعدة أسباب تحول دون بلوغها درجة الإبداع والابتكار التي تؤهلها إلى مصاف الصناعة العالمية. وأوصت الدراسة بالتركيز على الأفراد باعتبارهم ضرورة حتمية لتحقيق الفعالية، وأن الكثير منهم يملك ذكاء وكفاءة وتناسق في العمل الجماعي، وقدره على الإتقان، وامتلاك فنيات إبداعية في المجال التقني والمعرفي، وهذا يتطلب أساسا التعرف على التغيرات المرتبطة بالأفراد داخل المؤسسة والعمل على تحسين المستوى والتدريب على الأدوات الحديثة.

المحور الرابع: دور الابتكار التسويقي في تطوير القدرة التنافسية في ملبنة النايلي بالجلفة

حاولنا في هذا الجزء قياس دور الابتكار التسويقي في تطوير القدرة التنافسية في ملبنة النايلي ، ومن أجل ذلك قمنا ببناء استمارة استبيان من جزئين (الأول يتضمن 12 فقرات لقياس مستوى الابتكار التسويقي مكونة من 4 أبعاد -البعد1: المنتج "3 فقرات" ، البعد 2: السعر "3 فقرات" ، البعد3: الترويج "3 فقرات" ، البعد4: التوزيع "3 فقرات" - ، والثاني يتضمن 9 فقرات لقياس مستوى القدرة التنافسية)، وقد وزعت استمارة الاستبيان على 31 فرد، تم استرجاعها بالكامل وكانت جميعها صالحة للتحليل.

1- ثبات أداة الدراسة: لتقدير ثبات الدراسة سنستخدم على معامل ألفا كرومباخ (Cronbach's Alpha) الذي يعد من أفضل الطرق للدلالة على تقدير الثبات، حيث سنقوم بحسابه لأداة الدراسة ككل ولأبعاد المشكلة لها وهذا ما نبرزه من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (01): معاملات الثبات لأبعاد الدراسة باستخدام طريقة ألفا كرومباخ

أبعاد الدراسة	عدد العبارات	معامل الثبات
المنتج	3	0.963
السعر	3	0.750
الترويج	3	0.679
التوزيع	3	0.970
القدرة التنافسية	9	0.693
الدراسة ككل	15	0.946

المصدر: من إعداد الباحثين على ضوء مخرجات spss19.

يتضح من خلال الجدول أن معامل الثبات للبعد الثالث الخاص بالترويج كانت قيمته (0.679) والبعد الخامس الخاص بالقدرة التنافسية كانت قيمته (0.693) وهي قيمة مقبولة، أما معامل الثبات للبعد الثاني الخاص بالسعر فقيمته (0.750) وهي قيم جيدة، أما معامل الثبات للبعد الأول الخاص بالمنتج فقد كانت قيمته (0.963) والبعد الرابع الخاص بالتوزيع (0.970) وهي قيمة ممتازة. أما بالنسبة لمعامل الثبات للدراسة ككل فقد كانت قيمته (9.46) وهي قيمة ممتازة وتدل على ثبات عال جدا تتمتع به الدراسة ككل.

الجدول رقم (02): مدى موافقة أفراد العينة واتجاهات إجاباتهم على فقرات الدراسة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
	المنتج	3.38	0.52	موافق
1	هناك تميز في منتجات المؤسسة مقارنة بمنتجات المنافسين الرئيسيين.	4.01	0.90	موافق
2	هناك تنوع تشكيلة منتجات المؤسسة مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.	3.92	0.92	موافق
3	استبدال المنتجات القديمة بأخرى جديدة مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.	3.60	0.96	موافق
	السعر	3.60	0.71	موافق
4	يوجد اختلاف متميز للاستراتيجيات السعرية للمؤسسة مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.	3.12	1.09	محايد
5	تقوم إدارة المؤسسة بوضع أسعار منتجاتها على أساس خصائص الزبائن المستهدفين.	4.03	0.95	موافق
6	يساعد الابتكار في الاسعار المنتجات على جذب زبائن جدد.	3.51	0.90	موافق
	الترويج	2.33	0.66	غير موافق
7	التنوع في أساليب الترويج التي تمارسها المؤسسة.	2.28	0.97	غير موافق
8	أساليب الترويج التي تمارسها المؤسسة متنوعة مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.	3.02	1.08	محايد
9	تمثل حجم نفقات الترويج نسبة من المبيعات.	2.08	0.96	غير موافق
	التوزيع	3.42	1.15	موافق
10	معدل الجهد والوقت المبذول من قبل الزبون للحصول على المنتج هو الأدنى مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.	3.53	1.15	موافق
11	درجة الاستقطاب التي تقوم بها المؤسسة للأفراد المميزين والابتكارين لتوظيفهم في المؤسسة.	2.78	1.04	محايد
12	منتجات المؤسسة متوفرة في الاسواق مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.	3.67	1.04	موافق
	القدرة التنافسية	3.42	0.68	موافق
13	امتلاك المؤسسة التكنولوجيا الأفضل.	2.70	0.68	محايد

14	استغلال لطاقات انتاجية بشكل افضل.	4.01	0.69	موافق
15	تحسين كفاءة عمليات التسويق في المؤسسة.	3.98	0.81	موافق
16	زيادة موضوعية و استقلال المحاسبين في المؤسسة.	3.66	1.01	موافق
17	زيادة كفاءة العمل الحاسبي المنجز.	3.26	1.07	محايد
18	تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة عبر تقاريرها المالية.	3.77	1.05	موافق
19	إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشيء جيد.	3.58	1.11	موافق
20	جذب مستثمرين جدد للمؤسسة.	3.67	1.05	موافق
21	التعاون مع الخبرات الخارجية لتقديم افكار جديدة.	3.40	1.18	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين على ضوء مخرجات SPSS19.

من خلال الجدول رقم (02) يتضح أن هناك درجة موافقة على بعد المنتج لدى عينة الدراسة، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد إذ بلغ (3.38) وبانحراف معياري (0.52) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. وانطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "01" بدرجة موافق وبتوسط حسابي بلغ (4.01) وبانحراف معياري بلغ (0.90)، في حين جاءت الفقرة "03" بدرجة موافق في الرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.60) وانحراف معياري بلغ (0.96).

بالنسبة لبعد السعر يتضح أن هناك درجة موافقة لدى عينة الدراسة، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد إذ بلغ (3.60) وبانحراف معياري (0.71) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. وانطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "05" بدرجة موافق وبتوسط حسابي بلغ (4.03) وبانحراف معياري بلغ (0.95)، في حين جاءت الفقرة "04" بدرجة محايد في الرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.12) وانحراف معياري بلغ (1.09).

بالنسبة لبعد الترويج يتضح أن هناك درجة غير موافق لدى عينة الدراسة، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد إذ بلغ (2.33) وبانحراف معياري (0.66) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. وانطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "08" بدرجة محايد وبتوسط حسابي بلغ (3.02) وبانحراف معياري بلغ (1.08)، في حين جاءت الفقرة "09" بدرجة غير موافق في الرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.08) وانحراف معياري بلغ (0.96).

بالنسبة لبعده التوزيع يتضح أن هناك درجة موافق لدى عينة الدراسة، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد إذ بلغ (3.42) وبانحراف معياري (1.15) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. وانطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "12" بدرجة موافق وبمتوسط حسابي بلغ (3.67) وبانحراف معياري بلغ (1.04)، في حين جاءت الفقرة "11" بدرجة محايد في الرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.78) وانحراف معياري بلغ (1.04).

أما فيما يخص بعد القدرة التنافسية يتضح أن هناك درجة موافق لدى عينة الدراسة، وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد إذ بلغ (3.42) وبانحراف معياري (0.68) مما يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء في هذا البعد. وانطلاقاً من النتائج الواردة في الجدول فقد جاءت في المرتبة الأولى فقرة "14" بدرجة موافق وبمتوسط حسابي بلغ (4.01) وبانحراف معياري بلغ (0.69)، في حين جاءت الفقرة "13" بدرجة محايد في الرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (2.70) وانحراف معياري بلغ (0.68).

2- اختبار فرضيات الدراسة:

ولاختبار هذه الفرضية تم حساب معامل الارتباط بيرسون بين الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية كما تم تطبيق الانحدار الخطي البسيط بين الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية، والجدول (03) (04) توضح ذلك:

الجدول رقم (03): معامل الارتباط بيرسون بين الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية

البيان	معامل الارتباط	مستوى الدلالة الإحصائية
الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية	0.90	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين على ضوء مخرجات SPSS19.

من خلال الجدول رقم (04) يتضح أن معامل الارتباط بين الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية بلغ (0.90) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$) مما يدل على وجود ارتباط قوي موجب بين إدارة العلاقة مع الزبون والميزة التنافسية.

الجدول رقم (04): نتائج تحليل الإحذار البسيط بين الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية

البيان	β	R	R square	F	مستوى الدلالة الإحصائية
الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية	0.72 0.89	0.90	0.81	50.06	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين على ضوء مخرجات SPSS19.

يظهر من خلال الجدول رقم (04) أن نسبة تأثير الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية بلغت (0.89) وهي تمثل قيمة (β)، وهذا يعني أن الزيادة بقيمة واحدة في الابتكار التسويقي يؤدي إلى زيادة في القدرة التنافسية بقيمة (0.89)، وبلغت قيمة (R -square) معامل التحديد (0.81) أي أن ما قيمته (0.81) من التغيرات في القدرة التنافسية ناتج عن التغير في الابتكار التسويقي، وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة (F) (50.06) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى المعنوية ($\alpha=0.05$)، كما أن مستوى الدلالة المحسوب (0.000) أقل من مستوى المعنوية المفترض (0.05)، وعليه فإن:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الابتكار التسويقي والقدرة التنافسية

إن هذا يعود إلى أن الابتكار في كل من المنتج، السعر، الترويج والتوزيع يؤثر بشكل مباشر على القدرة التنافسية للمبنة النايلي ويمكن التعبير على نموذج العلاقة كما يلي:

$$Y = 0.72 + 0.89 X$$

حيث Y : تمثل المتغير التابع (القدرة التنافسية).

X : تمثل المتغير المستقل (الابتكار التسويقي).

النتائج والتوصيات:

بالنسبة لنتائج الدراسة فقد كانت كالاتي:

- تسعى المؤسسة إلى تقديم منتجات متميزة ومتنوعة في تشكيلتها مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.
- تقوم إدارة المؤسسة بوضع أسعار منتجاتها على أساس خصائص الزبائن المستهدفين.
- إنخفاض في تنوع أساليب الترويج التي تمارسها المؤسسة مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.
- منتجات المؤسسة متوفرة في الأسواق مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.
- هناك استغلال للطاقت الإنتاجية بشكل أفضل.

انطلاقاً من النتائج السابقة يمكن تقديم التوصيات التالية:

- نشر ثقافة الابتكار لدى الموظفين في جميع المجالات والنشاطات التسويقية.
- تشجيع الموظفين على توليد أفكار جديدة مبتكرة وتطوير الحالية.
- ضرورة اهتمام المؤسسة ببعث الترويج والتي أثبتت الدراسة عدم اهتمام المؤسسة بهذا البعد.
- ضرورة تبني مناخ تنظيمي في المؤسسة يسمح بحرية تبادل الأفكار بين الموظفين مما يدعم الشعور بالكفاءة والقدرة على التميز.
- يجب على المؤسسة لتحقيق قدرة تنافسية استخدام معايير مالية و غير مالية لتقييم أداء الابتكار التسويقي.
- ضرورة زيادة الاهتمام من طرف المؤسسة بأبعاد القدرة التنافسية والعمل على تحقيقها بكفاءة من أجل تحقيق التفوق على منافسيه من المؤسسات الأخرى

الهوامش

- 1 نعيم حافظ أبو جمعة، التسويق الابتكاري، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصرن 2003، ص32.
- 2 نفس المرجع السابق، ص32.
- 3 الحياشي علي، حالة الابتكار في المنظمة وانعكاساتها على التسويق الابتكاري في الأداء - دراسة ميدانية لعينة من شركات تكنولوجيا المعلومات الأردنية-، المؤتمر العلمي الثاني لكلية العلوم الإدارية، جامعة العلوم التطبيقية والإدارية، الأردن، 2003، ص 5.
- 4 Jean Jack Lambin, Le Marketing Stratégique, 2ème Edition, Ediscience International, Paris, France, 1993, P 281.
- 5 سعيد يس عامر، الإدارة وأفاق المستقبل، مركز وايد سيرفيس للاستشارات والتطوير الإداري، مصر، 1998، ص 283.
- 6 طلعت أسعد عبد الحميد، التسويق الابتكاري، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2010، ص 32.
- 7 نعيم حافظ أبو جمعة، مرجع سبق ذكره، ص 55.
- 8 طلعت أسعد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 34 35.
- 9 أحمد ماهر، اتخاذ القرار بين العلم والابتكار، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 326.
- 10 نجم عبود نجم، إدارة الابتكار : المفاهيم والخصائص والتجارب الحديثة، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2007، ص 90 91.

- ¹¹ نعيم حافظ أبو جمعة، مرجع سبق ذكره، ص 61.
- ¹² أحمد ماهر، مرجع سبق ذكره، ص 408.
- ¹³ David I Loudon , and albert j. bitta , (1993) " consumer behavior concepts and applications 4th " , edition Mac grow – hill imc , new york ,pp 254 – 259 .
- ¹⁴كمال رزيق، فارس مسدور، مفهوم التنافسية، ورقة عمل مقدمة للملتقى الدولي حول تنافسية المؤسسة الاقتصادية و تحولات المحيط، قسم علوم التسيير ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر ، 29-2002/10/30، ص 05.
- ¹⁵جمال عبيد محمد العازمي، دور حوكمة الشركات في رفع القدرة التنافسية للشركات الكويتية، مذكرة ماجستير في المحاسبة، كلية الأعمال، قسم المحاسبة، جامعة الشرق الأوسط، 2011-2012، ص23.
- ¹⁶علي السلمي، إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للنشر والطباعة، القاهرة، 2001، ص104.
- ¹⁷ جمال عبيد محمد العازمي، مرجع سبق ذكره، ص24.
- ¹⁸عثماني عياشة، دور التسويق في زيادة تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة-دراسة حالة مؤسسة سيتيفيس للمشروبات(بيبيس كولا)-، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010-2011، ص ص 76-77.
- ¹⁹جمال عبيد محمد العازمي، مرجع سبق ذكره، 2011-2012، ص34.
- ²⁰ أحمد محمود أحمد، انعكاسات تفعيل رأس المال الفكري بالمؤسسات الإنتاجية الصغيرة والمتوسطة في تحسين فعالية الابتكار والابداع التكنولوجي، المؤتمر العلمي الدولي السنوي الرابع عشر للأعمال إدارة الابتكار في الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، 20-22 ابريل 2015، ص 1017.
- ²¹ أحمد محمود أحمد، نفس المرجع السابق، ص ص 499 500.

معوقات توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية

أ/ بن يوسف أحمد*

مخبر العولمة واقتصاديات شمال إفريقيا

جامعة الشلف - الجزائر

Abstract :

In spite of the many opportunities and advantages offered by information and communication technologies for public institutions and organizations, there are many obstacles to these organizations in the adoption and application of these new technologies .

The Algeria electronic project, which was launched in 2008 is an ambitious project to move towards the information society, but after more than five years from the beginning of the project, , Algeria is still very late in the rankings for electronic governments and the information society, which strongly raises questions about the constraints and obstacles faced by the employment of new information technologies and communication in the Algerian institutions and public administrations.

مقدمة

تقوم معظم المؤسسات اليوم على توظيف الانترنت والتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال والتقنيات المرتبطة بها في أداء مختلف أعمالها، نظرا لما تتيحه من مزايا عديدة ترتبط أهمها بتقليص تكاليف الأعمال، وما توفره من فرص وعروض للوصول لزبائن مختلفين في أماكن متعددة ومتباعدة.

وعلى غرار استفادة القطاع الخاص من تكنولوجيات الإعلام والاتصال، فقد عملت الحكومات في مختلف البلدان على تطوير تطبيقات جديدة معتمدة على التكنولوجيا لتقديم خدماتها الكترونيا لفائدة مواطنيها.

* أستاذ مساعد قسم أ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشلف مايل

ahmedtdf@yahoo.fr

حيث تتجه معظم الدول إلى عصره مصالحتها ورفع جودة الخدمات التي تقدمها، عن طريق الانتقال من تقديم الخدمات والمعاملات يدويا وبالطرق التقليدية، نحو حوسبة الأعمال الحكومية من خلال نظم تبادل بين المصالح الحكومية ومختلف الأطراف من مواطنين ومؤسسات، تتيح قضاء المصالح الكترونيا دون الحضور المباشر توفيراً للجهد والمال والوقت، وهو أساس فكرة الحكومة الالكترونية.

وبالرغم من الفرص الكثيرة والمزايا التي تتيحها تكنولوجيات الإعلام والاتصال للمؤسسات والمنظمات العامة إلا أن هناك العديد من المعوقات التي تعترض هذه المنظمات في تبني وتطبيق هذه التكنولوجيات الحديثة والاستفادة منها، وهو ما يفسر فشل العديد من تجارب الحكومات الالكترونية، أو تأخرها في الوصول إلى أهدافها ضمن الخطط الموضوعية، وهو الأثر الذي كان في معظم الأحيان باهظ الكلفة لارتفاع تكاليف الاستثمار في البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خصوصا.

ويعتبر مشروع الجزائر الالكترونية الذي أطلق سنة 2008 مشروعا طموحا للانتقال بالجزائر نحو مجتمع المعلومات، إلا انه وبعد مرور أكثر من خمس سنوات من بداية المشروع، ورغم الاستثمارات الهامة المخصصة له، لا تزال الجزائر في مراتب جد متأخرة في التصنيف العالمي للحكومات الالكترونية ومجتمع المعلومات.

مما يطرح بشدة تساؤلات حول المعوقات والعراقيل التي تواجه توظيف تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية وتحول دون تحقيق الاستفادة اللازمة منها للوصول إلى أهداف الحكومة الالكترونية.

مشكلة البحث: تتمثل مشكلة البحث في التساؤل الرئيسي التالي:

ما هي المعوقات والعراقيل التي تواجه توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية؟

وتتفرع عن التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي أهم المعوقات التي تواجه استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال في المؤسسات بصفة عامة؟
- ما هو واقع توظيف تكنولوجيات الإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية؟
- كيف يمكن التغلب على المعوقات التي تواجه نجاح مشروع الحكومة الالكترونية في الجزائر؟

أهداف البحث: يهدف البحث إلى تحقيق مجموع الأهداف التالية:

- التعرف على أهم المعوقات التي ترافق توظيف واستخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات
- الوقوف على أهم العراقيل والمعوقات التي تواجه مشاريع الحكومات الالكترونية.
- تسليط الضوء على واقع مشروع الحكومة الالكترونية في الجزائر واهم العراقيل التي تواجهه.
- الخروج بنتائج وتوصيات تساعد في إنجاح مشروع الحكومة الالكترونية في الجزائر.

أهمية البحث: يستمد البحث أهميته من الاعتبارات التالية:

- زيادة اهتمام مختلف الدول بأهمية توظيف تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمات المقدمة لمواطنيها، وأثر ذلك على مجالات التنمية المختلفة.
- أهمية معرفة المعوقات في تشخيص أسباب النجاح والفشل في مشاريع الحكومة الالكترونية ودورها في اقتراح الحلول لضمان تحقيق الأهداف.
- أهمية إسقاط المساهمات النظرية والتطبيقية المطورة في قطاع الأعمال على القطاعات الحكومية.
- سعي الإدارات العمومية الجزائرية نحو تعظيم استفادتها من تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وذلك بتبنيها لبرامج طموحة في العصرنة والرقمنة، والدراسة الحالية تعد من المحاولات لمتابعة نجاعة هذا المسعى.

منهجية البحث: لتحقيق أهداف الدراسة تم تقسيم البحث إلى ثلاث محاور كما يلي:

أولاً: العراقيل والمعوقات المرتبطة بتوظيف للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بالمؤسسات.

ثانياً: واقع توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية.

ثالثاً: مقترحات لمواجهة معوقات نجاح مشروع الحكومة الالكترونية في الجزائر

أولاً: العراقيل والمعوقات المرتبطة بتوظيف للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بالمؤسسات

اختلفت الدراسات التي اهتمت بموضوع معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية في تحديدها للمعوقات الرئيسية والأهمية النسبية لها، ويرجع ذلك أساساً إلى اختلاف بيئات

الدراسة ومقاربات البحث التي اعتمدها الدارسون، إلا أن غالبيتهم اشتركوا في الإشارة إلى المعوقات التالية:

- معوقات البنية التحتية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، والمتضمنة نقص أو عدم كفاءة الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات والشبكات والاتصالات.
- المعوقات الفنية، وتكمن في قلة الأشخاص المؤهلين وعدم كفاءة نظم التدريب وانخفاض مستوى الإطارات المستخدمة للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال وهو ما يسبب بعض أخطاء إدخال البيانات ومعالجتها.
- المعوقات الأمنية، والتي تشير إلى الخلل في السياسات والإجراءات والمقاييس الفنية التي تستخدم لمنع دخول غير المسموح لهم لأنظمة المعلومات، بالإضافة إلى التبدل والسرقة وصعوبة السيطرة على امن وسرية المعلومات بفعل الفيروسات وعمليات القرصنة الالكترونية.

وهناك من يضيف إلى المعوقات السابقة، المعوقات المالية والتي ترتبط بتحديد النفقات لشراء وصيانة وتطوير الأجهزة والمعدات التقنية والبرمجيات، بالإضافة إلى المعوقات الإدارية وكذا المعوقات الثقافية والاجتماعية والتي يصيغها البعض ضمن المعوقات البشرية لارتباطها بالسلوك الإنساني، ويقصد بها تلك المعوقات المتعلقة بالعاملين عند استخدامهم للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

وسنحاول في ما يلي الوقوف على أهم المعوقات أمام توظيف تكنولوجيات الإعلام والاتصال في المؤسسات حسب نظرنا، والتي نحاول إجمالها ضمن ثلاث أبعاد، إدارية وتقنية وبشرية.

1- المعوقات الإدارية:

يقصد بالمعوقات الإدارية تلك المعوقات المتعلقة بالجوانب الإدارية من حيث تحديد الوظائف وضبط السياسات والتشريعات والمبادئ ورسم الخطط وتنفيذها والهياكل التنظيمية وأساليب العمل بها، وسنتطرق لهذه المعوقات من خلال ثلاث نقاط:

أ- غياب البعد الاستراتيجي في توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال

ينطلق هذا الواقع من غياب الرؤية، حيث يؤكد احد الباحثين أن معظم الدول العربية ليست لديها رؤية واضحة بخصوص تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وبالتالي غياب وجود استراتيجيات مركزة في هذا المجال، وهو الأمر الذي يؤدي إلى عدم وضعها على سلم أولويات الدول العربية باستثناء القليل منها.¹

وليس هذا حال الدول العربية فقط، فقد وقفت العديد من الدول التي تعتبر حالياً رائدة في الإدارة الالكترونية على هذه العقبات، حيث تطرق كيم (Kim) إلى هذه المعوقات في دراسته عن مراكز المعلومات في المجتمع الكوري، وذلك لمعرفة مدى وفاء هذه المراكز بمتطلبات المستخدمين ومدى تسبب هذا الوضع في معوقات نشر المعلومات، وقد شملت دراسته عشرة مراكز حكومية للمعلومات وأربعة وعشرين مركزاً للمصانع، وخلصت إلى عدم وجود تنسيق بين المراكز ووجود حاجة ماسة لتطوير سياسة حكومية للمعلومات، بالإضافة إلى المعوقات المالية لتطوير المراكز وافتقار الوضع إلى مواصفات وقوانين حكومية بهذا الشأن، ورأت الدراسة الحل في إيجاد سياسة وطنية للمعلومات.²

يضاف إلى غياب الرؤية ضعف التخطيط الموجه لاستيعاب هذه التكنولوجيات، حيث يرى تيربان وآخرون Turban&others ضرورة أن يكون هناك تخطيط استراتيجي لتكنولوجيات الإعلام والاتصال في المنظمات لكي تتمكن من تطوير ميزتها التنافسية والحفاظ على مركزها، ولتحقيق هذا الهدف يجب أن تقوم المؤسسات بالتفكير الإبداعي، ويتضمن ذلك تقييم بيئة العمل الحالية وأهداف واستراتيجيات المنظمة وفهم قدرات النظام الحالي والتطلع لكيف يمكن لنظم المعلومات أن تتيح ميزات مستقبلية للمنظمات.³

يشير العنقري إلى أن وضع التخطيط للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال لا يزال في جانبه الأدنى من الاهتمام في معظم الجهات الحكومية، مع ضعف في التخطيط لاستيعاب هذه التكنولوجيات داخل العمل الإداري.⁴ وتواجه عملية التخطيط العديد من المعوقات ومن أبرزها ما أورده السواط وآخرون في ما يلي:⁵

- ضآلة أو ندرة المعلومات والبيانات الإحصائية الضرورية.
- النقص في الكوادر البشرية المتخصصة.
- البيروقراطية والتعقيدات الإدارية.

ويرى الحربي والروملي عدم وجود خطة معلوماتية شاملة يستطيع الجميع السير بموجبها، وعدم وجود خطة شاملة موحدة لنشر الثقافة المعلوماتية على جميع المستويات.⁶

ب- الإجراءات وأساليب العمل

إن من المعوقات الأساسية أمام توظيف تكنولوجيات الإعلام والاتصال في المنظمات العامة عدم تناسب الأسلوب البيروقراطي الذي تعتمده هذه المنظمات كنموذج عمل مع متطلبات العمل الإلكتروني، حيث اقترن تطبيق هذا النموذج بعدم مرونة الإجراءات الإدارية وضعف التنسيق.

وتشكل البيروقراطية والإجراءات الروتينية لدى عدد كبير من المؤسسات العامة عائقا رئيسيا أمام استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ومتطلبات الأمن والحماية، وفي هذا الإطار يشير Turban&others أنه بالرغم من أن المنظمات العامة هيكلت نفسها بطريقة مبتكرة لتتماشى مع التطورات في العصر الرقمي، إلا أن الغالبية منها مازالت تعتمد على الهياكل الهرمية التقليدية، والتي تقف عائقا أمام تطبيق التكنولوجيات الحديثة والاستفادة منها في تطوير منظماتها.

ويقترن الحديث عن الأسلوب البيروقراطي بالحديث عن الروتينية والثقل وعدم كفاءة الإدارة، وتعد عدم كفاءة الإدارة في حد ذاتها على إدارة مشاريع تكنولوجيات الإعلام والاتصال في القطاع الحكومي إحدى المعوقات الأساسية، إذ تشير إحدى الدراسات إلى أن ما يقارب 85% من مشاريع القطاع العام تفشل لافتقارها إلى الإدارة الكفؤة، ولذلك يقرون ويجاند Wigand الاستفادة من الفرص التي تتيحها هذه التكنولوجيات بضرورة تغيير الأسلوب الإداري، حيث يرى أن تكييف الإدارة لتصميمها البنائي وعملياتها الإدارية بحيث تتوافق مع تكنولوجيا المعلومات ستمكن هذه الإدارة من إدراك التأثير المأمول وبالتالي رفع الكفاءة وتحسين الإنتاجية.⁷

وتأتي التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في حد ذاتها في هذا المجال كإجابة لهذا الواقع، حيث يمكن استخدامها من إلغاء بعض الإجراءات المعقدة والروتينية وتسريع أداء العمل والتخلص من بقاء الأنظمة التقليدية والمركزية في إجراءات العمل.

ج- المعوقات التشريعية

يشكل نقص وفقدان التشريعات المنظمة لجوانب توظيف تكنولوجيات الإعلام والاتصال في العمل الإداري أحد أسباب التأخر في العديد من مشاريع الإدارة الإلكترونية— حيث تعتمد هذه التشريعات المفقودة على تحديد ضوابط وأحكام وقواعد وأنظمة استيعاب جميع جوانب تطبيق هذه التكنولوجيات، وتمثل الحقوق المرتبطة باستخدامها ومتطلبات أمنها وحمايتها.

وما يميز الواقع الحالي في معظم الدول العربية هو نقص القوانين والتنظيمات اللازمة للتعامل مع التطبيقات الالكترونية، وغياب التشريعات التي تحكم وتنظم الاستخدام في المنظمات العامة، حيث أن التشريعات الحالية لا تتلاءم مع بيئة العمل الالكتروني.

2- المعوقات البشرية

لا شك أن تنمية كفاءة العنصر البشري تمثل محور الاهتمام الأول ضمن متطلبات توظيف الثورة المعلوماتية في الإدارات العمومية، وان بداية الاهتمام بمتطلبات نجاح أي مشروع للإدارة الالكترونية يتطلب مراعاة درجة استعداد العنصر البشري و مدى تأهيله لقيادة التغيير، حيث أثبتت العديد من الدراسات دور المورد البشري في إنجاح أو إفشال عمليات التغيير، وكمثال على ذلك إحدى الدراسات التي تم تقديمها عن المشكلات التنظيمية الناجمة عن استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال، حيث تم استنتاج الأسباب الرئيسية لفشل نظم المعلومات الإدارية والتي شكل فيها المورد البشري ثمانية معوقات من تسعة تم استخلاصها، تمثلت في عدم فهم قدرات أجهزة حفظ البيانات ومعالجتها، واستخدام أساليب بالية في تصميم النظم، وعدم مشاركة الإدارة العليا وفشلها في تهيئة الظروف المناسبة للنظام الجديد، وعدم وجود تفاعل بين العاملين بإدارة نظم المعلومات الحكومية، بالإضافة إلى عدم استعدادهم وتهيئتهم لاستخدام النظم الحديثة ونقص المختصين وقلة التأهيل الفني للعاملين.⁸ والحديث عن المعوقات البشرية ينصرف أساسا إلى مقاومة العاملين للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال التي تعرف على أنها موقف سلبي يبديه العاملون إزاء توظيف هذه التكنولوجيا في المؤسسة⁹.

وتتلخص في جميع المواقف التي تتراوح بين السلبية واللامبالاة إلى الاحتجاج العدواني، والتي يطورها العاملون بناء على تقديراتهم الذاتية للتهديدات التي تصاحب توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة على مصالحهم وطريقة أدائهم لأعمالهم. وتجدر الإشارة إلى أن الأسباب التي تدفع العاملين بصفة عامة إلى تطوير سلوكيات لمقاومة التغيير تنطبق على موضوع مقاومة إدراج تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وفي ما يلي عرض لأهم هذه الأسباب¹⁰:

- عدم الشعور بالأمان و الشعور بالخطر والخوف من التغيير مع تغيير الروتين القائم.
- الخوف من عدم القدرة على تنفيذ التغيير.
- عدم الشعور بفوائد التغيير وزيادة عبء العمل نتيجة للتغيير.
- الخوف على العلاقات الاجتماعية.

- الخوف من فقدان السلطة.
- عدم فهم التغيير وعدم القدرة على تنفيذه.
- عدم الثقة ببرامج التغيير والاعتقاد بعدم جدوى التغيير.
- عدم واقعية برامج التغيير.
- الخوف من فقدان المكافآت.

وفي محاولة لتخصيص هذه الأسباب على موضوع تكنولوجيات الإعلام والاتصال في حد ذاتها، قسم احد الباحثين أسباب المقاومة إلى صنفين¹¹:

أ-أسباب ترجع إلى الموظفين أنفسهم : تتجلى هذه الأسباب في رفض الموظفين استخدم هذه التقنيات الجديدة لأنهم يرون أنها تستغرق وقتا كبيرا لتعلمها وإتقانها، كما أنها تزيد من أعباء الوظيفة وتمكن المسؤولين من فرض رقابة صارمة على كيفية أداء وظائفهم وتحركاتهم داخل الإدارة... الخ، إضافة إلى التخوف الأساسي أن تحتل هذه الوسائط التكنولوجية مكانهم في المستقبل خاصة مع ظهور وظائف جديدة كالتعليم الإلكتروني، الصحة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية.

أيضا، وباعتبار الموظف كائنا اجتماعيا فاعتماد التكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى نقص الاحتكاك الاجتماعي المباشر بين الموظفين بسبب التحول نحو أداء الأعمال إلكترونيا، وبذلك قد يؤثر على نفسية وبالتالي أداء وولاء الموظفين.

ب- أسباب ترجع إلى مراكز اتقاد القرار : بالنسبة للإدارة العليا فإنها كثيرا ما ترى أو تتحجج بأن الاستثمار في هذه الوسائط الإلكترونية ما هو إلا زيادة في التكلفة المالية سواء من حيث ارتفاع أسعار هذه الوسائط أو الدورات التعليمية التي تخصصها لموظفيها، كذلك صيانة ورقابة هذه الأجهزة بشكل مستمر وارتباطها التنظيمي.ممتجسي هذه الوسائط الإلكترونية، بمعنى أن أداء المنظمة مستقبلا يتوقف على مدى جودة الأجهزة الإلكترونية المستعملة، إضافة إلى مخاطر القرصنة المعلوماتية على المعلومات الإستراتيجية للمنظمة. يضاف إلى ذلك، بسط مفهوم الشفافية على كافة المعاملات، ربما يحول دون تحقيق امتيازات شخصية لبعض المسؤولين.

وهناك بعض المعوقات الأخرى ذات العلاقة بالموارد البشرية نلخصها في ما يلي:

- عدم وجود التمويل الكافي للتدريب وإعادة التدريب.
- نقص في استخدام نظم المعلومات المحوسبة والانترنت .
- قلة الوعي بما تتيحه هذه المنتجات من فرص معرفية وبخثية واستثمارية.

- المعوق اللغوي والثقافي في مواجهة ضعف المحتوى العربي على الشبكة.
- الأمية المعلوماتية التي تعبر عن جهل العاملين بالتطورات التكنولوجية الحديثة وعدم معرفتهم التعامل معها واستخدامها.

3- المعوقات التقنية

إن تطبيق الإدارة الالكترونية في المنظمة يحتاج إلى استخدام شبكات متقدمة للاتصالات الالكترونية كما يتطلب ضرورة ميكنة كل أعمال ومعاملات المؤسسات، وحمايتها من كل أشكال التهديد والقرصنة، وهو ما يفيد أن أي خلل في البنية التحتية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال على مستوى الدولة ككل أو على مستوى المؤسسات يعتبر عائقاً أمام الوصول إلى أهداف الإدارة الالكترونية. وتشمل المعوقات التقنية جميع أشكال المعوقات المرتبطة بمكونات البنية التحتية وأطر حمايتها وستتطرق لها من خلال هذين العنصرين.

أ- المعوقات المرتبطة بالبنية التحتية

قد أظهرت دراسة تم إجراؤها في إحدى القطاعات الحكومية وجود عدة معوقات تعيق تطوير الأجهزة الإدارية، منها ما يتصل بالأجهزة ومنها ما يتصل بالبرامج ومنها ما يتصل بعمليات الصيانة سواء للأجهزة أو للبرامج، وقد خلصت الدراسة إلى تحديد أربع معوقات تقنية رئيسية متعلقة بالأجهزة تمثلت فيما يلي¹²:

- مواصفات الحاسب الآلي غير المناسبة للتطوير.
 - عدم تحديث الأجهزة بشكل مستمر.
 - عدم اختيار الأجهزة قبل استلامها.
 - مشكلات الأجهزة والبرامج المستخدمة.
- وبخصوص البرمجيات فقد أفادت الدراسة وجود المعوقات التالية:
- عدم تحديث البرمجيات باستمرار.
 - الفيروسات التي تصيب الأجهزة وأمن المعلومات.
 - المعوقات اللغوية المرتبطة باستخدام البرمجيات.

أما ما يتصل بعمليات الصيانة فقد أظهرت النتائج بعض المعوقات الرئيسية مثل عدم انتظام عملية الصيانة وعدم توافر قطع الغيار وارتباط عملية الصيانة بمدى استجابة الوكلاء.

هذا وقد يكون ضعف الكفاءة التشغيلية لنظم المعلومات والاتصالات في حد ذاتها وراء فشل العديد من مشاريع الإدارة الالكترونية.

ب- المعوقات المرتبطة بأمن وسرية المعلومات

يعد الأمن المعلوماتي من أهم التحديات التي تواجه تطبيق الحكومة الإلكترونية من حيث إمكانية اختراق المنظومة المعلوماتية، و ما يترتب عليه من فقدان خصوصية و سرية المعلومات و سلامتها و ضمان بقائها و عدم حذفها أو تدميرها¹³، وتتعدد أشكال الخطر التي تهدد أمن المعلومات في المؤسسات، وتتضاعف تأثيراتها في الحكومات الالكترونية خصوصا نتيجة ضخامة هذه المشاريع وتوسع دائرة المتدخلين والمستفيدين من خدماتها، ويمكن إظهار أهم أشكالها في ما يلي:

- مخاطر الفيروسات والتجسس والاختراق الالكتروني.
- الحوادث التي تهدد سلامة الأجهزة والبرمجيات والبيانات، كالخرق والكوارث الطبيعية وانقطاع التيار الكهربائي.
- الأخطاء الفنية لمشغلي النظام حيث تبين إحدى الدراسات أن 70٪ من الخروقات الأمنية سببها العاملون في المؤسسات.
- الهجمات والاعتداءات الالكترونية المقصودة وظهور أشكال الهجمات الإرهابية الالكترونية، أو إرهاب العالم الالكتروني كشكل حديث من الجرائم الالكترونية التي باتت تهدد أمن الحكومات والدول، فقد كشفت تقارير لشركات أمريكية لحماية الشبكة الإلكترونية، أن المعدل السنوي لكلفة الجرائم الإلكترونية حول العالم، يبلغ 114 مليار دولار، وأكدت أن 500 مليون يقعون ضحية للتهديدات الإلكترونية، أي ما معدله مليون ضحية يوميا و14 في الثانية، وأشارت التقارير نفسها إلى أن كلفة الجرائم الإلكترونية تجاوزت قيمة السوق السوداء للماريجوانا والكوكايين والمهيروين، والتي تبلغ 288 مليار دولار، وأن ثلثي البالغين حول العالم أي 69 بالمائة كانوا ضحايا للجرائم الإلكترونية في حياتهم.

ثانياً: واقع توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية والعراقيل المرتبطة بها

إن التطرق لواقع توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الإدارات العمومية يقتضي الوقوف على بعض المؤشرات التي تقيس مدى توظيف هذه التكنولوجيات، وذلك استناداً إلى الإحصائيات التي توفرها الهيئات والمنظمات الدولية، ومهدف من خلال ذلك إلى ما يلي:

- الاطلاع على واقع تقدم برامج ومشاريع الدولة في التوجه نحو الحكومة الالكترونية ومعرفة جهود الدولة الرامية إلى تعظيم الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال والمشاريع المطبقة وحجم الاستثمارات المخصصة لذلك.
- تسليط الضوء على الفجوة الناتجة عن الفرق بين الواقع والمأمول.
- التمهيد للخروج بتوصيات لمعالجة الوضع القائم.

1- قراءة في مشاريع دعم توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية

ينصرف معنى توظيف تكنولوجيات الإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية إلى مفهوم الحكومة الالكترونية ، والذي يعني في ابسط معانيه استخدام الإدارة العامة نظم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لتعزيز الوصول إلى الخدمات الحكومية، و توصيل الخدمات إلى المواطنين و قطاع الأعمال و الموظفين و الهيئات الأخرى و الكيانات الحكومية لبناء علاقات أفضل بين الحكومة و الجمهور و جعل التفاعل معه أكثر. ويشير بذلك مصطلح الحكومة الالكترونية إلى التحول من النظم الورقية في أداء الأعمال الحكومية إلى النظم الرقمية، التي تعني في أساسها توظيف التكنولوجيات الحديثة والوسائل الالكترونية في تقديم خدمات المنظمات الحكومية، مثل التبادل الالكتروني للوثائق والبيانات، وتوفير الخدمات الالكترونية للمواطنين والمرتفقين والمنظمات، واتخاذ الإجراءات التنظيمية اللازمة نحو ميكنة جميع مهام وأنشطة المنظمة الحكومية بإعادة هندسة نظم العمل وتعديل الهياكل التنظيمية وتبسيط الإجراءات للتخلص من الروتين وتحقيق الانجاز السريع والدقيق للمهام والمعاملات¹⁴.

مشروع الجزائر الالكترونية وأهدافه

يقوم مشروع الجزائر الالكترونية على خطة عمل تتمحور حول ثلاثة عشر محورا رئيسيا، حيث تم إعداد قائمة جرد للوضع بالنسبة لكل محور من المحاور الرئيسية، مع تحديد

الأهداف الرئيسية والأهداف الخاصة المزمع تحقيقها على مدى خمس سنوات من انطلاق المشروع في 2008، مع ضبط قائمة الإجراءات اللازمة لتنفيذها.

تتمثل الآليات العملية التفصيلية الخاصة بالمحاور التي تتضمنها إستراتيجية " الجزائر الالكترونية "، في إدخال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في الإدارة العمومية وتعزيز استخدامها ووضع مختلف خدماتها على شبكة الانترنت وتوفير المعلومات في أي وقت وفي أي مكان، وتم في هذا الإطار وضع أهداف خاصة وأخرى مشتركة لكل دائرة وزارية لاستكمال البنى الأساسية المعلوماتية ونشر تطبيقات قطاعية متميزة، وتنمية الكفاءات البشرية، وتطوير الخدمات الالكترونية لفائدة المواطنين والشركات والعمال والإدارات الأخرى.

ويعتبر برنامج أسرتك 1 وأسرتك 2 الآلية التي اعتمدها البرنامج من اجل تحفيز المواطنين للاستفادة من تجهيزات وشبكات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

كما تبنت العديد من الوزارات والمؤسسات العمومية والهيئات الإدارية مشاريع عصرنه وتحديث لتطوير العمل وإنجاح الانتقال نحو الجزائر الالكترونية، ومن ذلك مشروع وزارة الداخلية والجماعات المحلية التي أخذت على عاتقها عملية تقنين الخدمات الالكترونية باختلاق ورشة كبرى لعصرنه الإدارة المركزية والجماعات المحلية¹⁵ كان من أبرز ملامحها:

- إعداد شبكة معلوماتية لوزارة الداخلية.
- رقمنة وأرشفة الوثائق الإدارية.
- عصرنه وثائق الهوية والسفر بإطلاق برنامج بطاقة التعريف وجواز السفر البيومتري.
- مشروع المواطن الالكتروني.

وكذا الحال بالنسبة لمشاريع العدالة والصحة والجمارك وغيرها.

وقد رصدت الدولة ما يفوق عن 230 مليار دينار لإتمام مشروع الجزائر الالكترونية ككلفة استثمار تشمل أيضا منظومة الانترنت وتطوير البرمجيات، وضمن هذا المبلغ جرى رصد 85 مليار دينار لتطوير المنشآت الأساسية والموارد البشرية¹⁶.

كما خصصت الحكومة سنة 2013 ما قيمته 140 مليار دج لوزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال حتى يتسنى لها تحقيق منشآتها التي ستصبح بعدها ملكا لاتصالات الجزائر، وأن هذا الاستثمار سيسمح بتعزيز شبكة الألياف البصرية في الجزائر وتكثيف منشآتها وكذا تنمية القدرات في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال إلى غاية 2015. وكانت الحكومة قد منحت في إطار المخطط لمرافقة اتصالات الجزائر قرضا قيمته 115 مليار دج على مدى 15 سنة بنسبة فائدة تقدر ب 3ر5 بالمئة¹⁷.

يضاف هذا إلى ما خصصته اتصالات الجزائر من استثمارات هامة في تعزيز البنية الأساسية للاتصالات ذات الدفع السريع قبل بدء مشروع الجزائر الالكترونية بلغت قيمتها 77.4 مليار دج في الفترة الممتدة من 2003 إلى 2007¹⁸.

2- استنتاج المعوقات والعراقيل التي تشكل أسبابا للفجوة القائمة

نعرض ضمن هذه النقطة لمحاولة الربط بين التأخر الحاصل في مشروع الحكومة الالكترونية وبعض الأسباب التي نراها ذات اثر مباشر في ترتيب هذا التأخر، وذلك استنادا إلى بعض الدراسات المتخصصة وتقارير بعض الهيئات الرسمية الجزائرية وتصريحات بعض المسؤولين، بالإضافة إلى إسقاط المعوقات والعراقيل التي تطرقنا إليها سابقا على واقع المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية.

حيث أن الملاحظ عدم تسجيل تقدم في انجاز إستراتيجية الجزائر الالكترونية، وهو ما تم إثباته في تقييم للوضع معد من طرف وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال والذي أشار إلى انه على الرغم من الاستثمارات خلال السنوات الخمس الماضية، لا تزال أعمال عصرنة الإدارة بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوفير الخدمات عبر شبكة الانترنت غير مكتملة وغير مثمّنة، والسبب الرئيسي في ذلك هو غياب خطط عمل ذات أهداف محددة بوضوح، سواء على مستوى القطاعات أو على الصعيد الوطني.

ويعترف التقرير أيضا أن عملية أسرتك لم تحقق أهدافها بسبب سوء إدارة العملية وانعدام التحكم فيها مجملا مما أدى إلى انعدام الاهتمام والتحمس لها لدى المواطن¹⁹.

واحتلت الجزائر المرتبة 131 في مؤشر الجاهزية الشبكية حسب تصنيف المنتدى الاقتصادي العالمي لسنة 2013 من مجموع 144 دولة شملها الاستقصاء، في إشارة إلى تراجع ملحوظ طيلة السنوات الثلاث الأخيرة، وتقهقر في الترتيب على عكس طموحات مشروع الجزائر الالكترونية.

وفي ما يلي تفصيل المؤشرات الفرعية لمؤشر الجاهزية الشبكية التي توضح موقع الجزائر من الترتيب العالمي:

جدول 01: ترتيب الجزائر لسنة 2013 في مؤشر الجاهزية الالكترونية حسب المنتدى الاقتصادي العالمي.

الترتيب	المؤشرات الفرعية	الترتيب	المؤشر الكلي
141	البيئة التشريعية والتنظيمية	143	مؤشر البيئة
143	بيئة الأعمال والابتكار		
119	البنية التحتية	96	مؤشر الجاهزية
64	ملاءمة التكلفة		
101	جاهزية المهارات		
100	مؤشر الاستخدام الفردي	140	مؤشر الاستخدام
144	الاستخدام في قطاع الأعمال		
139	الاستخدام الحكومي		
143	التأثير الاقتصادي للتكنولوجيا	142	مؤشر التأثير
141	التأثير الاجتماعي للتكنولوجيا		

source : world economic forum, the global information technology report 2013 ;2013 p 143

والملاحظ بصفة عامة هي احتلال الجزائر لمرتبة متأخرة جدا في التصنيف العالمي، ويدعم ذلك تصنيف الأمم المتحدة للحكومات الالكترونية في تقريرها السنوي لسنة 2012، والذي يعتبر أهم مرجع ذي نطاق عالمي في مجال الحكومة الإلكترونية، وتزداد أهميته كونه يصدر من الأمم المتحدة مباشرة واستمر في الصدور منذ إنطلاقه لأول مرة عام 2003. يتميز التقرير بتضمنه لمؤشر تطور الحكومة الإلكترونية والذي يصنف برامج الحكومة الإلكترونية حول العالم (190 دولة) حسب تطورها، حيث يعتبر مركز دولة ما في هذا المؤشر صورة مباشرة عن مدى تطور الحكومة الإلكترونية فيها، ويوضح الشكل الموالي المؤشرات المعتمدة في تصنيف تطور الحكومات الالكترونية، بالإضافة إلى ترتيب الجزائر عالميا سنتي 2010 و2012.

شكل 01 : ترتيب الجزائر في مؤشر جاهزية الحكومة الالكترونية لـ 2010 و 2012

مؤشر الأمم المتحدة للحكومة الإلكترونية

يتكون مؤشر من أربعة مؤشرات فرعية:



الترتيب العالمي للجزائر في جاهزية الحكومة الالكترونية



المصدر : استنادا إلى UNITED NATIONS, E- Government Survey 2012 & 2010

وتعددت تحليلات الدارسين لأسباب هذا التأخر، ويرد في المرتبة الأولى ضعف التخطيط والارتجالية وسوء التقدير ككل في مشروع الحكومة الالكترونية وسوء تقدير الوضع الراهن²⁰، لأن مثل هذه المشاريع تتطلب دراسات مسحية شاملة مسبقة مثل مكونات المشروع ومؤشراته، والتي منها مؤشر الجدوى الرقمية والنفذ الرقمي والتحضير الالكتروني ونشر تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتحضير في ما يتعلق بالحكومة الالكترونية.

تليها المعوقات المرتبطة بالبنية التحتية، و بطء الشبكة والمشاكل التقنية وغياب أرضية واضحة للتطبيقات المرافقة لمشروع الحكومة الالكترونية وعدم القدرة على التحكم في المتواجد منها، مما جعل البعض يتوقف عن أداء خدماته بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول وأنظمة مستوردة من الخارج وغير متوافقة والسوق الجزائرية من جهة وعدم تزايد الطلب عليها من جهة أخرى²¹.

وهو مادفع البعض إلى الحكم بأن فكرة الحكومة الالكترونية في الجزائر لم تصل إلى النضج الكامل ولم تتجسد بعد على أرض الواقع، إذ ما يوجد منها لا يتعدى كونه تطبيقات أولية²².

ويعتبر المواطن معوقا في حد ذاته، إذ يرجع البعض سبب التأخر التكنولوجي إلى غياب ثقافة نشر التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال بين أفراد المجتمع، ما يجعل المواطن لا يلجأ لاستخدام هذه التكنولوجيات إلا عند الضرورة²³.

يضاف إلى ذلك التأخر التشريعي والتنظيمي الذي تعرفه الجزائر في مجال التشريع الالكتروني وبالخصوص التجارة الالكترونية، والذي يعد من أكبر العقبات نحو الوصول إلى اقتصاد المعرفة والمجتمع المعرفي المنشود، وهو الأمر الذي أقرته منظمة الاسكوا في سياق مشروعها لتنسيق التشريعات الالكترونية لتحفيز مجتمع المعرفة في المنطقة العربية، حيث يتضح من خلاله بان الجزائر لم تستكمل بعد وضع المنظومة القانونية والتشريعية للمعاملات والمبادلات الالكترونية²⁴.

وهناك من يقرن غياب التعاملات الالكترونية بالتأخر في الإصلاحات المصرفية والمالية، لأن أساس ظهور وتطور التجارة الالكترونية يعود في الأصل إلى مدى انتشار وسائل الدفع الالكترونية وفعالية الصيرفة الالكترونية²⁵.

وعلى العموم يتضح أن الجزائر لا زالت تعاني بعض التأخر في مجال الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الإدارات العمومية نوجزه في الأسباب التالية²⁶:

- لازالت الجزائر بعيدة عن المقاييس العالمية في استعمال التكنولوجيا والنفذ للمعلومات.

- غياب التنسيق بين الإدارات التي لم تخرج حتى الآن من توقعها حول نفسها، في حين أن تحديث الإدارة الالكترونية لا بد أن يتم في شكل متناسق بين كافة الجهات المعنية.
- وجود فجوة رقمية في عدة جوانب منها البنية التحتية للتكنولوجيا في الإدارة وفجوة المحتوى.
- نقص المختصين من ذوي الكفاءات.
- الذهنيات التي لم تتجاوز بعد مع التكنولوجيات الحديثة وعدم الوعي بأهمية تطبيق الحكومة الالكترونية أو عدم التكيف والاستجابة لبعض الطرق.
- انتشار الأمية المعلوماتية وضعف نسبة امتلاك التكنولوجيا.
- عزوف بعض الأسر الجزائرية عن التجهيز بالتكنولوجيا بسبب غلائها وغلاء الاشتراك في استخدام الانترنت.

ثالثا: مقترحات لمواجهة معوقات نجاح مشروع الحكومة الالكترونية في الجزائر

يصعب اقتراح حلول فردية لجميع المعوقات نتيجة تداخل العديد منها، ويبقى التشخيص والوقوف على هذه المعوقات خطوة نحو تدارك النقائص المسجلة، وان استغلال النماذج الناجحة مع مراعاة خصوصية الإدارة العمومية الجزائرية هو بداية الطريق، وسنحاول في ما يلي صياغة بعض المقترحات العامة التي تشكل في حد ذاتها هدفا مزدوجا فهي حلول للعراقيل ومتطلبات لنجاح الحكومات الالكترونية بصفة عامة.

إن معرفة خصائص المنظمات الحكومية الحديثة يدفعنا إلى التساؤل عن منهجية التحول من الواقع الحالي اليدوي التقليدي في العديد من الإدارات نحو واقع العمل الالكتروني، وهو ما دفع العديد من الكتاب إلى الاهتمام بالبيئة الملائمة للعمل الالكتروني ومجالات التغيير الضرورية لإنجاح مشاريع الحكومات الالكترونية.

وقد ركز العديد من الكتاب في تحليلهم لمراحل الانتقال نحو الحكومة الالكترونية على توفير البنية التحتية المتمثلة في الأجهزة والتطبيقات التكنولوجية الحديثة - وهي المقاربة التي اعتمدها الجزائر- واعتمدوا على ذلك في تحديد المراحل اللاحقة كمرحلة النشر وتقديم الخدمات الالكترونية، إلا أنهم اغفلوا بعض الجوانب التي لا تقل أهمية عن التكنولوجيا الحديثة كإعادة هندسة نظم العمل وتنظيمها الهيكلي والاهتمام بالموارد البشري والثقافة التنظيمية للمؤسسات الحكومية وبعض التغييرات المرتبطة بالبيئة الخارجية، والتي سنحاول تسليط الضوء عليها لأهميتها في إنجاح مشروع الحكومة الالكترونية الجزائرية.

1- إعادة هندسة نظم العمل

إن اعتماد المنظمات الحديثة على تكنولوجيات الإعلام والاتصال في أدائها لأعمالها يتطلب منها إعادة تصميم عملياتها بتغيير الإجراءات المتبعة والنماذج المستخدمة مع ما يتلاءم مع طبيعة العمل الإلكتروني.

وتعتبر عملية إعادة الهندسة تغييرا شاملا للعمليات داخل المنظمة يمر بعدة مراحل وهي²⁷:

- تعريف العاملين بفكر وفلسفة إعادة الهندسة.
- اختيار فريق العمل المكلف بإعادة هندسة الأعمال.
- تحديد العمليات المقترح إعادة هندستها وفقا لأولويات المنظمة.
- تحديد المقاييس المستخدمة لتحديد التحسن في أداء كل عملية.
- تحليل العمليات وإعادة تصميمها.
- تدريب فرق العمل على المهام والتكليفات المطلوب أدائها.
- تطبيق النظام المقترح على عينة مختارة للتأكد من وفاء النظام الجديد بمتطلبات العمل.
- تنفيذ الأعمال التي تم إعادة تصميمها.

ويترتب على إعادة تصميم الأعمال أثارا مباشرة على المهام المؤداة والواجبات والمسؤوليات وشروط الشغل المطلوبة، وتمكين أكثر للعاملين من اتخاذ القرارات بسرعة وكفاءة، وهو كفيلا يحدث تغيرات مزدوجة ذات أبعاد تنظيمية وبشرية.

2- التغيير على مستوى الهياكل التنظيمية:

- يرى ويجاند ضرورة أن تعد المنظمات نفسها لتستفيد من الفرص التي يمكن أن تتيحها تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وإذا ما كيفة المنظمات تصميمها البنائي وعملياتها الإدارية بحيث تتوافق مع هذه التكنولوجيات الحديثة فسيكون من الممكن إدراك التأثير الكامل، وبالتالي رفع مستوى الكفاءة وتحسين الإنتاجية.
- ويتعين على الهياكل التنظيمية للإدارات الحكومية لكي تتكيف مع انتقالها للعمل الإلكتروني أن تضمن مجموعة من التغيرات الضرورية يمكن تلخيصها في ما يلي²⁸:
- التحول من الهياكل التنظيمية البيروقراطية الثابتة نحو الهياكل المرنة المتغيرة.

- الانتقال نحو الهياكل الأفقية المتشابهة بدل الهياكل الهرمية والاعتماد على فرق العمل
- المدارة ذاتيا مع ما يرافقها من اتساع مجال تفويض السلطات وتمكين العاملين.
- التشبيك الفائق بما يتيح سلاسة الاتصال بين التقسيمات التنظيمية المختلفة.
- الاتجاه نحو اللامركزية في التنظيم مع تعدد مراكز السلطة واتخاذ القرار.

3- تغيير الثقافة التنظيمية

تعتبر الثقافة التنظيمية مرجعا أساسيا في تقبل العاملين للأفكار والممارسات الإدارية المستحدثة، وعليه فإن أي تغيير هيكلي أو تنظيمي أو تكنولوجي يجب أن يسبقه تغير في المستوى القيمي والسلوكي للعاملين، فالمساندة القيمية تعتبر احد المحاور الأساسية في أحداث التغيير، خصوصا إذا اتضح مدى الفجوة التي تفصل الثقافة الإدارية العربية عن ثقافة العمل الالكتروني التي هي في غالبها صورة للمجتمعات التي نضجت فيها والتي منها تم استيراد ونقل التكنولوجيا ونظم العمل.

ويتجه الفكر الحديث لإحداث التغيير في السلوك والمواقف والاتجاهات إلى نمذجة السلوك ويعتمد هذا المدخل على تدريب العاملين وتعليمهم سلوكيات جديدة تتفق مع التغيرات المطلوبة، ويقع عبء هذا التغيير على القيادة العليا باعتبارها مثلا للسلوك لدى العاملين.

4- تطوير الموارد البشرية

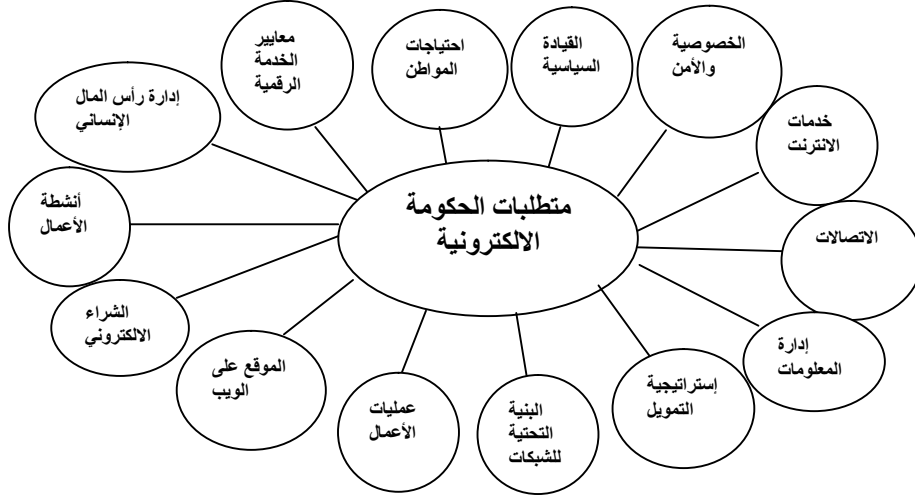
باعتبارها أهم أصول المنظمة، فإن تطوير الموارد البشرية وصيانتها لتحقيق أقصى استفادة من قدرات وطاقات العاملين هو ضرورة ملحة للعمل الالكتروني، ويمتد التغيير ضمن هذا المجال من النظرة الإستراتيجية إلى التدريب المستمر للعاملين مروراً بتخطيط احتياجات الموارد البشرية وتوظيف العاملين وتحفيزهم وتقييمهم بما يدعم قيم التميز في الأداء. وفي دراسة تم إجراؤها بالولايات المتحدة الأمريكية حول اثر التحول في إدارة الموارد البشرية من النظام التقليدي إلى النظام الالكتروني على زيادة كفاءة العمليات الداخلية تم الخروج بالنتائج التالية²⁹:

- خفض تكلفة المعاملات الداخلية بنسبة 50%.
- خفض تكلفة العاملين الإداريين من أجور ومرتببات إلى 40%.
- خفض الواجبات والمسؤوليات والمهام التي تؤديها إدارة الموارد البشرية بنسبة 80%.
- زيادة سرعة الأعمال المتعلقة بإدارة الموارد البشرية إلى عشرة أضعاف السرعة الحالية.

وحدير بالذكر انه من غير الممكن تصور وجود برامج تحول أو تغيير على مستوى الإدارة، العمليات والثقافة التنظيمية، أنماط التكنولوجيا المستخدمة ووسائل تجهيز وتوزيع الخدمات العامة والمعلومات دون وجود رؤية إستراتيجية وطنية شاملة تتناول كل جوانب التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية للبلد³⁰.

وتمثل هذه الجوانب أهم حقول الأنشطة الجوهرية لاقتصاد المعرفة والمعلومات الجديد، كما يعبر عن أهم ملامح وخصائص المستقبل الرقمي للمجتمعات الإنسانية، ويفرض تحقيقها بعض المتطلبات الأساسية التي يبرزها الشكل الموالي:

شكل رقم 02 : متطلبات الحكومة الالكترونية.



المصدر: <http://comnet.it.org>

ويتضح مما سبق أن التحول إلى النظم الالكترونية يتطلب تغييرات واسعة تشمل الوظائف والأعمال وتشمل البيئتين الداخلية والخارجية، وهو ما يواجه بعراقيل وصعوبات عديدة من أهمها مقاومة التغيير من العاملين والمؤسسات والمجتمع، وهو ما يفرض ضرورة الاهتمام بظاهرة مقاومة العمل الالكتروني وأسبابها لان ذلك تعتبر مدخلا أساسيا لترشيد الاستثمار في هذه التكنولوجيا، وأنفهم الظاهرة يحدد المداخل المثلى للتعامل معها، وفهم مسبباتها ونماذج تطورها يعتبر مفتاحا لفهم سلوك العاملين في تعاملهم مع أي برمجيات أو نظم معلومات تنوي المؤسسة إدراجها، وهو اعتراف بقوة تأثير العمال وقيمهم في مواجهة التكنولوجيا.

خاتمة

خلصنا من خلال هذه الدراسة إلى انه وعلى الرغم من المنافع التي توفرها التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال للمؤسسات والإدارات العمومية ، فان هذا الاستخدام ترافقه في كثير من الأحيان معوقات كثيرة تحد من فاعلية الأداء، مما ينعكس سلبا على جودة الخدمة، وتتعدد أشكال هذه المعوقات بين معوقات إدارية مرتبطة بنمط الإدارة والتنظيم والسياسات والاستراتيجيات المتبعة، ومعوقات بشرية أهمها مقاومة العاملين للتغيير الذي يرافق توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال في العمل، إضافة إلى معوقات أمنية وفنية ومالية وأخرى في البنية التحتية.

إن معرفة المعوقات والعراقيل التي تواجه توظيف التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات والإدارات العمومية الجزائرية خطوة نحو إيجاد الحلول الملائمة واقتراح أدوات لتجاوز هذه العقبات.

إن العديد من المعوقات سببها النظرة الجزئية للتعامل مع مشروع يمثل منظومة شاملة ومتكاملة للمعاملات والتغيرات والسياسات، والعديد منها أيضا هو نتيجة للمقاربة التي تعتمدها الجزائر في التوجه نحو الحكومة الالكترونية والذي تركز فيه على الجانب التقني على حساب بعض الأبعاد غير التقنية مثل مقاومة التغيير ودرجة استعداد الموظفين والمؤسسات والمحيط والمواطنين لتقبل تكنولوجيات الإعلام والاتصال، هذا دون اغفل الإشكاليات المرتبطة بالنمط التنظيمي والأبعاد التنظيمية الحاكمة في الإدارات العمومية الجزائرية.

إن نجاح الحكومة الالكترونية في الجزائر يبقى مرهونا بفهم العراقيل والتحديات التي تواجه تنفيذ المشروع، ولن يتأتى ذلك إلا من خلال نظرة شاملة متكاملة تدرس أبعاد المشروع وتوفر ظروف انتقال ناجح وآمن نحو بيئة العمل الالكتروني.

الهوامش

- ¹ أبو المهيضاء، أحمد ، الوطن العربي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ورقة عمل مقدمة إلى ندوة المعلوماتية في الوطن العربي الواقع والآفاق، 14-15 جوان 2001 الأردن، ص78
- ² مبارك بن ساعد سليمان، معوقات استخدام الحاسب الآلي في تطوير الإدارة بالأجهزة الأمنية، دورية اعلم، العدد 4-5، أكتوبر 2009 ص 4
- ³ منى عطية البشري، معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية في إدارات جامعة القرى بمدينة مكة المكرمة، رسالة ماجستير في التخطيط جامعة أم القرى، السعودية 1430/1429 ص 77
- ⁴ نفس المرجع ص 80
- ⁵ نفس المرجع ص 79
- ⁶ الحربي والرويلي، الأرشفة الالكترونية: الأهداف والمعوقات، ورقة مقدمة لندوة الحاسب الآلي في الأجهزة الحكومية الواقع والتطلعات المنعقدة بمعهد الإدارة العامة السعودية مارس 2003م
- ⁷ منى عطية البشري، مرجع سبق ذكره ص ص 77-82
- ⁸ مبارك بن ساعد سليمان، مرجع سبق ذكره ص 7.
- ⁹ Faouzi AYADI, Les facteurs affectant la résistance des utilisateurs à l'adoption des TIC dans les établissements de santé privés, Institut des Hautes Etudes Commerciales de Sfax, Tunisie p02.
- ¹⁰ تحليل حجاج، مقاومة الموظفين للتغيير التنظيمي في الوزارات الفلسطينية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات ، عدد 15، 2009، انظر : <http://www.qou.edu/arabic/magazine/issued15/research10.htm> consulté le 15/12/2013
- ¹¹ يحيى محمد، محو الأمية المعلوماتية ركيزة لبناء مجتمع المعلومات، جامعة يحيى فارس، المدينة، ص 08
- ¹² مبارك بن سعد سليمان، مرجع سبق ذكره ص 15
- ¹³ واعر وسيلة، دور الحكومة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات الحكومية، الملتقى الدولي: إدارة الجودة الشاملة بقطاع الخدمات ص 9.
- ¹⁴ احمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة العصرية، المنصورة، 2003 ص31.

¹⁵ بلعربي عبد القادر وآخرون، تحديات التحول نحو الحكومة الالكترونية في الجزائر، مداخلة مقدمة للملتقى العلمي الدولي الخامس حول "الاقتصاد الافتراضي و انعكاساته على الاقتصاديات الدولية" خميس مليانة، مارس 2012 ص 11

¹⁶ <http://www.djazairess.com/elmassar/3409> consulté le 20/09/2013.

¹⁷ <http://www.elkhabar.com/ar/economie/349453.html> consulté le 20/09/2013.

¹⁸ وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، ملخص عمل الجزائر الالكترونية، ديسمبر 2008 .

¹⁹ نفس المرجع ص 21.

²⁰ قموح ناجية، أ.د. بودربان عز الدين. الإستراتيجية الوطنية للمعلومات في الجزائر و دورها في بناء مجتمع المعرفة: رؤية تحليلية ورقة مقدمة لأعمال المؤتمر الثالث والعشرون للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم). - 18-20 نوفمبر 2012 ص 15

²¹ نفس المرجع ص 14

²² بلعربي عبد القادر وآخرون، مرجع سبق ذكره ص 1

²³ مقناي صيرينة، مشروع الحكومة الإلكترونية بالجزائر: خطوة نحو إرساء مجتمع المعرفة ورقة مقدمة لأعمال المؤتمر الثالث والعشرون للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم). 18-20 نوفمبر 2012 ص 121

²⁴ نذير غانم وآخرون، الثقة الرقمية ضمن إستراتيجية الجزائر الالكترونية 2013، واقعها ودورها في إرساء مجتمع المعرفة. ورقة مقدمة لأعمال المؤتمر الثالث والعشرون للإتحاد العربي للمكتبات والمعلومات (اعلم). - 18-20 نوفمبر 2012 ص 89

²⁵ مقناي صيرينة، مرجع سبق ذكره ص 127

²⁶ نفس المرجع ص 134

²⁷ إيمان عبد المحسن زكي، إطار متكامل لفاعلية تطبيق الحكومة الالكترونية في مصر ، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على دكتوراه فلسفة إدارة أعمال، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 2007، ص 165.

²⁸ نفس المرجع ص 171.

²⁹ Torres Coronas,e.Human Resources Management :managing knowledge people ,group publishing, usa 2004 p 102

³⁰ محمد هلال بن غابش الشامسي، محمد هلال بن غابش الشامسي، أثر تطبيق الحكومة الالكترونية في تحسين أداء العمل ، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على دكتوراه فلسفة إدارة أعمال، كلية التجارة، جامعة عين شمس، 2010، ص 59.

REVUE

Des économies nord Africaines

â Revue scientifique, périodique, spécialisée, approuvée â

N° 14 - Premier semestre 2016 -

Les articles approuvés

The Effect of Information Systems Competency on Improving the Quality of Banking Services A Field Study in Algerian banks	Mme Bentata Atika Ouerdia Mascara University – Algeria Dr. Benabou Djilali Mascara University – Algeria
Contribution à l'étude d'impact de changement climatique sur la migration de la population rurale du Sud-est tunisien	Mr. Taoufik Gammoudi Institut des Régions Arides, Médénine -Tunisie
Les politiques publiques face à l' imperfection de la politique monétaire et les crises financières	Dr.Ait Mokhtar Omar Université de chlef – Algérie

Laboratoire
Mondialisation & économies Nord Africaines
Université Hassiba Ben Bouali- Chlef - Algérie

رقم الإيداع
1112-2005

ISSN
1112-6132

REVUE

Des économies nord Africaines

â Revue scientifique, périodique, spécialisée, approuvée â

Laboratoire

Mondialisation & économies Nord Africaines
Université Hassiba Ben Bouali- Chlef - Algérie

Depot
1112-2005

ISSN
1112-6132

Adresse : Laboratoire Mondialisation & économies Nord
Africaines . Université Hassiba Ben Bouali- Chlef - Algérie
BP151 Chlef 0200 Algérie
Tel/fax : 0021327722381
Email : revulabomena@yahoo.fr
Site : <http://www.univ-chlef.dz/renaf>

Table des matières

REVUE
Des économies nord Africaines

â Revue scientifique, périodique, spécialisée, approuvée â

Table des matières

N°	L'article	Page
1	The Effect of Information Systems Competency on Improving the Quality of Banking Services A Field Study in Algerian banks Mme Bentata Atika Mascara University – Algeria Dr. Benabou Djilali Mascara University – Algeria	1
2	Contribution à l'étude d'impact de changement climatique sur la migration de la population rurale du Sud-est tunisien Mr. Taoufik Gammoudi Institut des Régions Arides, Médenine -Tunisie	21
3	Les politiques publiques face à l'imperfection de la politique monétaire et les crises financières Dr.Ait Mokhtar Omar Université de chlef – Algérie	35

The Effect of Information Systems Competency on Improving the Quality of Banking Services A Field Study in Algerian banks

*Mme Bentata Atika**
Mascara University – Algeria.
*Dr. Benabou Djilali***
Mascara University – Algeria.

ABSTRACT

Cette étude visait à identifier l'effet de l'efficacité des systèmes d'information sur l'amélioration de la qualité des services bancaires algériens. Et pour atteindre les objectifs de l'étude, deux questionnaires ont été élaborés et distribués au niveau de chacun des gestionnaires de ces banques, ainsi que leurs clients, par rapport à l'échantillon de gestionnaires, une liste de sondage a été utilisé pour mesurer les dimensions de l'efficacité des systèmes d'information, et l'échantillon des clients de la banque, une autre liste de sondage a été utilisé pour mesurer les dimensions de la qualité de services bancaires, le nombre de questionnaires distribués aux gestionnaires des banques était (74), (62) d'entre eux ont été retournés et analysés. Alors que le nombre de questionnaires distribués aux clients de la banque était (80), (76) d'entre eux ont été retournés et analysés. Validité et la fiabilité des deux questionnaires ont été calculées. Les résultats de l'étude font référence à l'effet statistique significatif de l'efficacité des systèmes d'information sur l'amélioration de la qualité des services bancaires dans l'étude des banques de l'échantillon. L'étude montre également que toutes les corrélations étaient statistiquement significatives entre l'efficacité des systèmes d'information et ses diverses dimensions, et la qualité des services bancaires et de ses diverses dimensions, et les corrélations venues entre eux pour des degrés divers. Dans la lumière des résultats ; Certaines recommandations sont donnés.

* Assistant Professor of Business Administration, Economic Faculty, Mascara University, Mail: atika_bentata@yahoo.fr

**Professor of Business Administration, Economic Faculty, Mascara University

1. Introduction and Research Problem :

Witness our modern life, rapid development in various aspects where information has become an important component and a strategic resource under environmental conditions characterized by constant and rapid change.

The world has witnessed during the past few years a lot of shifts and changes in political, social and economic fields, and was the most prominent of these shifts and changes: globalization, privatization and free trade. The world has also witnessed many revolutions, it was notably: the technological revolution, and the revolution in information and knowledge, and the revolution in the knowledge-based economy, and the quality revolution.

Under these shifts and changes and revolutions, the interest of the information has increased by the institutions, the Owning of an accurate and correct information and that can be developed through an efficient information system is the source of the competitive advantage Acquisition for institutions from the other, and this by reducing costs, and the speed of data processing, product development, and to identify strengths and weaknesses of each of its operations, as well as through possession of feedback to enable them to monitor and compared the investigator with what was expected, and bridging the gaps at the lowest cost. So, various institutions worked to adopt many of the systems that govern and facilitate their operations, and make use of them in various fields especially those related to the improvement of quality level, which is one of the main requirements of modern management.

The algerian business environment was not free from all these developments on the side of information, this has affected on the Algerian institutions in various sectors, including the banking sector, which is the focus of the current study, and this is an effort to take advantage of information systems in the field of improving banking services, especially since the customer Today are looking for high values to his needs of goods and services, so, the banks should maintain their effectiveness and efficiency on an ongoing basis to provide their services in accordance with the wishes of their clients.

Based on the foregoing; the search problematic can be formulated as follows: **What is the impact of information system efficiency on improving the quality of the Algerian banking services?**

2. Research Objectives:

- Understanding the theoretical concepts relating to both the information systems and the banking service quality.
- Determine the nature of the correlations between the efficiency of information systems and the banking service quality in the Algerian banks.
- Analysis the impact of the information systems efficiency (hardware quality, efficient of workers, suitability of the information) on the banking service quality in the Algerian banks.
- Provide a set of recommendations on the subject of the study.

3. Research Importance:

The importance of research can be summarized as follows:

- The growing challenges and pressures that surround the banks sector from all sides and in every field increase the importance of the information and its role in the success of this sector and its continuation, as we find that the availability of appropriate information and in the appropriate time can provide banking services with suitable quality and competitive price.
- The present study is an extension of previous studies that dealt with service quality, and its measurable, and banking services, also this study is a response to the demand of these previous studies to do more quality studies in other service sectors, and in other countries.
- The research practical importance is representing in the importance of the banking sector, this sector has been selected because of its large importance in supporting the national economy, and also it is more affected by the evolution in communications and information technology that the world is witnessing.

4. Research Hypotheses:

First: The Correlation Hypotheses

- 1.** There is a positive correlation statistically significant between the information systems efficiency and improve the quality of the Algerian banking services.

1.1 There is a positive correlation statistically significant between the quality of the hardware used and improve the quality of the Algerian banking services.

1.2 There is a positive correlation statistically significant between the suitability of the information and improve the quality of the Algerian banking services.

1.3 There is a positive correlation statistically significant between the efficiency of workers in information systems and improve the quality of the Algerian banking services.

Second: The Impact Hypotheses

2. There is a significant impact of the information system efficiency on improving the quality of the Algerian banking services.

2.1 There is a significant impact of the quality of the hardware used on improving the quality of the Algerian banking services.

2-2 There is a significant impact of the suitability of the information on improving the quality of the Algerian banking services.

2.3 There is a significant impact of the workers efficiency in information systems on improving the quality of the Algerian banking services.

5. Previous Studies:

(Beadles & Others, 2005) Study, entitled (The impact of human resource information systems: an exploratory study in the public sector) this study aimed to gather information on the application of human resources information systems, the future benefits, satisfaction on the system, and finally, Strategic Influence. It was concluded that 80% of HR managers believe that the human resources information systems have improved their ability to disseminate information and increased the amount of useful information. Moreover, 90% of HR managers believe that the human resources information produces value-added. And 60% of them answered that the system provides information useful in making decisions relating to promotions.

(Wang & Wang, 2006) Study, The purpose of this study is to identify the impact of internet on service quality in the banking sector, the result of this study shows that the internet has an important and positive effect on customer perceived banking

services and the service quality has been improved since the internet has been used in banking sector.

(Landrum & Others, 2009) Study, This study investigates the service quality perceptions of professional information system users. This paper also examines the relationship between the relative importance allocated by the system's users to each of the five SERVPERF dimensions (dimensions that are shared with the SERVQUAL instrument) as measured by the points allocated to that dimension and the ratings provided for the individual items of the dimension. Findings suggest that users rate system responsiveness and reliability above other service quality dimensions. Moderating influences in SERVPERF include gender and pressure to perform. The findings conclude that (1) companies that provide client services and (2) designers of information systems that interface with users should emphasize responsiveness and reliability; in cases of limited user resources, responsiveness and reliability should be emphasized over other SERVPERF performance dimensions.

(Saghier, Nathan, 2013) Study, The purpose of this study is to measure the quality of service from customer's perspective in the Egyptian banking, results based on a factor analysis identify four factors that influence users' evaluation of service quality of banking services, these factors are reliability, responsiveness, empathy and assurance.

(Ensour, Alinizi, 2014) Study, this study aimed to identify the impact of management information systems (MIS) techniques on the quality of services provided at the university of Tabuk from the perspective of staff. To achieve the goals of the study, two questionnaires were developed and distributed on a random sample of 426 employees at the university of Tabuk in the kingdom of Saudi Arabia, the results showed that the following sub-variable (hardware, software, security, and usability) have an impact on the quality of services provided at the university of Tabuk in the kingdom of Saudi Arabia.

In light of the foregoing, agrees this study with previous studies on the importance of technology and information systems in service of the goals and orientations of business organizations, while different current study from previous studies in its focus on the

impact of information systems in terms of: (quality of hardware used, suitability of the information, the efficiency of workers) on improving the quality of the Algerian banking services, and also vary in terms of the practical field on the Algerian banks which is experiencing increasing competition, especially in light of the facilities granted to the foreign investor to expand and direct its activities in the banking sector in Algeria.

6. Theoretical Framework:

First: The Information System Conception

A. The Information System Definition:

(O'Brien, 1997: 4) defined information system as: "a group of individuals, hardware, software, networks, and data collected resources, transformation, and distribution of information in organizations."

And knew (Lajoinie, gallitre, roy, 2008: 6) information system as "an organized group of resources: hardware, software, personnel, data, procedures,..., that allows obtaining, processing, and storage of information (in the form of data, texts , images, sounds, ..) In, and between organizations. "

Also (laudon and laudon, 2010: 19) has defined information system as: "a set of interrelated components that collect (or relive) information, handle, store and distribute it to assist in decision-making, coordination, and control within the organization".

B. Information System Activities:

In the information system, three activities that contribute to the production of the necessary information in the organization: input, processing, output. **Input** is the activity through which the raw data submitted to the system from the source of the organization or its environment: What will be admitted to the system B can be the result of taking or retrieval the output of system A. **Processing** is the activity that transforms this raw data to give it meaning. **Output** is the distribution Activity of information that has been processed to users who need it. These three activities can be successive in a few seconds (in "selected" time) or realized in an asynchronous manner (in a "different" time). also, The information system contains the **Feedback** activity, which is the activity of converting the output

information to the appropriate users to assist them in evaluating the internal phase and re-enter if needed (for updating, for example). (Laudon and Laudon, 2010: 19)

C. The Fundamental Roles of Information Systems:

Information systems perform three roles in any type of organization: (O'Brien, 2000: 10) ⁽⁹⁾

- Support of business process and operations.
- Support of decision making by its employees and management.
- Support of its strategies for competitive advantage.

Second: Banking Service Quality

A. Quality:

Quality has been defined from diverse perspective. According to deming, quality is "a predictable degrss of uniformity and dependability, at low cost and suited to the market" (munizu, 2013:186).

Also, Qualiy can be defined as "satisfying or exeeding customer requirements and expectations, and consequently to some extent it is the customer who eventually judges the quality of a product".

B. The Reason to Focus on Quality:

The main reason to focus on quality is to meet customer needs while remaining economically competitive in the same time. This means satisfying customer needs is very important for the enterprises to survive. The outcome of using quality practices is: (amoako, 2012:136)

- Understanding and improving of operational processes.
- Identifying problems quickly and systematically.
- Establishing valid and reliable service performance measure.
- Measuring customer satisfaction and other performance outcomes.

C. Service Quality:

An extensive range of literature over the 25 years has examined the concept of service and acknowledged the intangibility of services as one of the problems allied with measurement. Furthermore, in the sevice sector, where production, delivery and consumption can occur simultaneously, the conceot of quality refers to the matching between what customers expect and what they experience. Customers

evaluate service quality by comparing what they want or expect to what they actually get or perceive they are getting. When it comes to the service sector in banks, it turned out to be that they propose comparable kinds of services worldwide (Saghier, Nathan, 2013:2).

Service quality has been defined from at least four perspectives: (hermon, nitecki, 2001: 690)

Excellence. Although the mark of an uncompromising student and high achievement the attributes of excellence may change dramatically and rapidly. Excellence is often externally defined.

Value. It incorporates multiple attributes, but quality and value are different constructs-one the perception of meeting or exceeding expectations and the other stressing benefit to the recipient.

Conformance. To specifications. It facilitates precise measurement, but users of a service may not know or care about internal specifications.

Meeting and / or exceeding expectations. This definition is all encompassing and applies across service industries, but expectations change and may be shaped by experiences with other service providers.

According to Lewis and Booms (1983) service quality is "a measure of how well a delivered service matches the customers' expectations". (Amoako, 2012:136)

Also, service quality has been defined as "the overall assessment of a service by the customers", while other studies defined it as "the extent to which a service meets customer's needs or expectations". Service is assumed to be quality when it consistently conforms to customer expectations (Saghier, Nathan, 2013:2).

D. Service Quality Model:

Among the models for measuring service quality, the most acknowledged and applied model in diversity of industries is the SERVQUAL (service quality) model developed by Parasuraman et al. The SERVQUAL (service quality) model of Parasuraman et al. (1988) proposed a five dimensional construct of perceived service quality: tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy as instruments for measuring service quality: (Saghier, Nathan, 2013:4-5)

Reliability:

Reliability depends on handling customers' services problems; performing services right the first time; provide services at the promised time and maintaining error-free record. Furthermore, they stated reliability as the most important factor in conventional service. Reliability also consists of accurate order fulfillment; accurate record; accurate quote; accurate in billing; accurate calculation of commissions; keep services promise. He also mentioned that reliability is the most important factor in banking services.

Responsiveness:

Responsiveness defined as the willingness or readiness of employees to provide service. It involves timeliness of services. It is also involves understanding needs and wants of the customers, convenient operating hours, individual attention given by the staff, attention to problems and customers' safety in their transaction.

Empathy:

Parasuraman et al. (1985) defined empathy as caring and individual attention the firm provides its customers. It involves giving customers individual attention and employees who understand the needs of their customers and convenience business hours.

Assurance:

Parasuraman et al. (1985) defined Assurance as knowledge and courtesy of employees and their ability to inspire trust and confidence.

Tangibility:

Parasuraman et al. (1985) defined Tangibility as the appearance of physical facilities, equipment, personnel, and written materials.

7. Research Methodology:

7-1. Research Methodology User:

The study adopted the descriptive analytical research methodology, at the level of descriptive research; the desktop survey was conducted in addition to viewing on theoretical and practical studies and researches. At the level of analytical research field, a questionnaire has been used for the purpose of disclosure of the views of the bank's managers and customers on a number of

variables and assumptions, which are the basis of this scientific research. All of the data will be analysed, and an appropriate statistical methods will be used to address them through the program: Statistical Package for Social Sciences.

7-2. Society and The Research Sample:

The field study Has been conducting on the level of each of the managers of these banks, as well as their customers, with respect to a sample of managers ,a list of survey designed has brought to them to measure the dimensions of information systems efficiency, and the sample of bank's clients has brought to them a list of survey designed to measure the quality of banking service dimensions we take into account when selecting customers to fill out questionnaires that the client already has a deal many times with the bank to judge the quality of banking service provided to him.

The number of distributed questionnaires to the bank managers was (74) director, recalled (62) of them, so the percentage of a recovery is (83.78%). and it is a good recovery rate.

The number of the distributed questionnaires to the bank's customers was (80) client, recalled (76) of them, so the percentage of a recovery is (95%), and it is a good recovery rate.

7-3. Search Tool:

7-3.1. Tool Description: The development of each of the two forms of the survey by taking advantage from the literature and previous studies, this is as follows:

The Survey Form-Oriented Managers:

Part I: singled out this part data and personal information (demographic variables) for members of the study sample (sex, educational qualification, the administrative level, and years of experience).

Part II: This section included a series of paragraphs their number was (24) paragraph measure (the efficiency of information systems), from (1-9) measured the quality of the hardware used, and the paragraphs (10-16) measured the efficiency of workers in information systems, While the paragraphs (17-24) measured the suitability of the information.

The Survey Form-Oriented Clients:

Part I: singled out this part data and personal information (demographic variables) for members of the study sample (sex, educational qualification, income, and age).

Part II: The second part has been included 35 paragraph of the quality of banking service distributed on five factors: material things concrete factor measured by paragraphs (1-6), while paragraphs (7-16) measured reliability factor, while the paragraphs (17-20) measured the safety factor, and the paragraphs (21-28) measured the response to the Client, and measured the paragraphs (29-35) empathy with the client.

7-3.2. Tool Validity: to ascertain the veracity of the tool, the two forms of survey offered to some of professors, specialists, for the purpose of arbitration and verify the authenticity of the paragraphs content, and after it has been taking proposed observations and amendments to some of the paragraphs; arbitrators approved on the two forms of the survey sample.

7-3.3. Tool Reliability: the value of reliability was reached through coefficient (Cronbach's Alpha), as follows:

Table (1): Test reliability (Coefficient of Cronbach's Alpha)

Variable name	efficient information systems	banking service quality	overall stability of the questionnaire
Reliability coefficient (alpha Cronbach)	0.875	0.882	0.942

Illustrated by the table; reliability coefficients for all the variables of the study are high and suitable for the purposes of the study, indicate the consolidation of the overall concept of the content of the two questionnaires and the concept of each question.

8. Statistical Treatment:

To verify hypotheses, a number of tests has been using, including: (simple linear regression analysis, Spearman correlation coefficient, Cronbach's Alpha).

9. Hypotheses Test:

First: Testing Correlation Hypotheses

To test each hypothesis of correlation hypotheses, Spearman correlation coefficient were used and the correlation matrix was as follows:

Table (2): Correlation Matrix

Variables	material things concrete	reliability	Safety	the esponse to the Client	empathy with the client	banking service quality
The quality of the hardware	0,941**	0,745**	0,473**	0,572**	0,434**	0,853**
The efficiency of workers	0,532**	0,955**	0,580**	0,344**	0,422**	0,793**
Suitability of the information	0,552**	0,729**	0,799**	0,592**	0,514**	0,828**
Efficient information systems	0,806**	0,931**	0,674**	0,569**	0,514**	0,945**

* * Means That The Correlation Moral at The Level of 0.01.

Seen from the table above, the following:

- The existence of a positive correlation statistically significant between the independent variable (the efficiency of information systems) and its various independent dimensions (the quality of the hardware used, the efficiency of workers, Suitability of the information), and the dependent variable (banking service quality) in all its dimensions (physical things tangible, reliability, safety, the response to the client, empathy with the client) at a significance level (0.01).
- The Stronger correlation represented the relationship between (the efficiency of workers) and (reliability) and the value of correlation coefficient was (0, 955) at a significance level (0.01).
- Lowest correlation was between (the efficiency of workers) and (responding to the client), which was worth (0, 344) at a significance level (0.01).

And therefore; the research hypothesis can be accepted: **(there is positive correlation statistically significant between the efficiency of information systems and improve the service quality in the Algerian banks).**

Second: Testing Influence Hypotheses:

2-1 - The effect of the independent variable (the quality of the hardware used) on the dependent variable (to improve the quality of banking service) using simple linear regression method.

The impact of the quality of the hardware used on improving the service quality is testing through a simple linear regression coefficient, and outlined steps up as follows:

Table (3) : Summary of the regression model

Correlation coefficient	Regression coefficient	Regression coefficient Adj	Rstandard error of estimate
0,853	0,727	0,723	0,180

This can be explained; that the quality of the hardware used interpreted (72.7 %) of the variation in improving the banking service quality, the explanatory power is high, which indicates that there is a statistically significant impact to the quality of the hardware used on improving the banking service quality.

Table(4) : Results of Analysis of Variance

Source	degree of freedom	sum of squares	Mean squares	value of F calculated	level of F significance
Regression	1	5,237	5,237	160,176	0,000
Error	60	1,962	0,033		
Total	61	7,199			

The level of F significance, (P-Value = 0,000 < 0, 05) so the regression model is significant.

Table (5): The Results of Simple Linear Regression Analysis

Variables	B	standard error	Beta	value of T calculated	level of significance T
Fixed	1,259	0,202		6,220	0,000
The quality of the hardware used	0,638	0,050	0,853	12,656	0,000

Evidenced by the statistical results presented in Table (5), and follow-up coefficient (Beta), and test (T) that the quality of the hardware used have a significant effect on improving the banking service quality, as the value of coefficient (Beta) is (0,853), and it is statistically significant at the level of significance (5%).

And therefore; effect hypothesis was accepted, which provides a **significant effect of the quality of the hardware used on improving the banking service quality in the Algerian banks.**

2.2 - Effect of suitability of the information on improving the banking service quality using simple linear regression method.

Effect of suitability of the information on improving the banking service quality was measured through simple linear regression coefficient, and described steps as follows:

Table (6):Summary of the Regression Model

Correlation coefficient	regression coefficient	regression coefficient Adj	standard error of estimate
0,828	0,686	0,681	0,194

This can be explained; suitability of the information in this model explains what amount (68.6 %) of the variation in the values of improving the banking service quality which is a high proportion of impact.

Table (7):Results of Analysis of Variance of Variance

Source	degree of freedom	sum of squares	Mean squares	value of F calculated	level of significance F
Regression	1	4,937	4,937	131,014	0,000
Error	60	2,261	0,038		
Total	61	7,199			

The level of F significance, (P-Value = 0,000 < 0, 05) so the regression model is significant.

Table (8):The Results of Simple Linear Regression Analysis

Variables	B	standard error	Beta	value of T calculated	level of significance T
Fixed	0,209	0,315		0,664	0,509
Suitability of the information	0,935	0,082	0,828	11,446	0,000

Evidenced by the statistical results presented in Table (8), and follow-up coefficient (Beta), and test (T) that the suitability of the information have a significant effect on improving the banking service quality, as the value of coefficient (Beta) is (0,828), and it is statistically significant at the level of significance (5%).

And therefore; effect hypothesis was accepted, which provides a **significant effect for the suitability of information on improving the banking service quality in the Algerian banks.**

2-3 - Effect of efficiency of workers on improving the banking service quality using simple linear regression method.

Effect of efficiency of workers on improving the banking service quality was measured through simple linear regression coefficient, and described steps as follows:

Table (9):Summary of the Regression Model

Correlation coefficient	regression coefficient	regression coefficient Adj	standard error of estimate
0,793	0,629	0,623	0,210

This can be explained; (62. 9 %) of the total deviations in the values of improving the banking service quality is interpreted by the efficiency of workers in the information system which is a high explanatory power.

Table (10): Results of Analysis of Analysis of Variance

Source	degree of freedom	sum of squares	Mean squares	value of F calculated	level of significance F
Regression	1	4,531	4,531	101,934	0,000
Error	60	2,667	0,040		
Total	61	7,199			

The level of F significance, (P-Value = 0,000 < 0, 05) so the regression model is significant.

Table (11):The Results of Simple Linear Regression Analysis

Variables	B	standard error	Beta	value of T calculated	level of significance T
Fixed	1,741	0,206		8,449	0,000
The efficiency of workers	0,545	0,054	0,793	10,096	0,000

Evidenced by the statistical results in the table (11), and follow-up coefficient (Beta), and test (T) that the efficiency of workers have an impact on improving the banking service quality, as the value of coefficient (Beta) is (0,793), and it is statistically significant at the significance level (5%).

And therefore; effect hypothesis was accepted, which provides **a significant effect to the efficiency of workers in the information system on improving the banking service quality in the Algerian banks.**

Through the above hypothesis we can accept the major research hypothesis provides **a significant effect to the efficiency of information systems on improving the banking service quality in the Algerian banks.**

10. Search Results:

Based on the above analysis, the following conclusions can be installed:

- Correlation Relationships Between the Variables:

1. There is significant positive correlation between the efficiency of information systems and the banking service quality at the level of significance (0, 01).

2. There is significant positive correlation between the dimensions of the efficiency of information systems (quality of the hardware used, suitable information, the efficiency of workers), and the dimensions of the banking service quality (material things tangible, reliability, safety, responding to the client, empathy with the client) at the level of significance (0, 01).

3. The strongest correlations were among (the efficiency of workers) and (reliability), and the least was among (the efficiency of workers) and (responding to the client) at a significance level (0.01).

And therefore; hypothesis of the research related to the existence of a significant correlation between the efficiency of information systems and improving the banking service quality in the Algerian banks was accepted.

- Effect Relationships Between Variables:

1. The quality of the hardware used in the information system affect positively and significantly on improving the banking service quality.

2. There is positively affect of the suitability of the information on improving the banking service quality.

3. The efficiency of workers in the information system affect positively and significantly on improving the banking service quality.

And therefore; hypothesis of the research related to the existence of a significant effect to the efficiency of information systems on improving the banking service quality in the Algerian banks was accepted.

11. Recommendations:

Depending on the results presented, we can propose the following recommendations:

Maximizing the use of information system in improving the banking service quality because there is a strong correlation and impact among the efficiency of the information system and the banking service quality.

Continuous updating of operating systems in banks under study between the duration and the other, to make sure they do not impede the work of information systems, and to avoid any expectations can occur unexpectedly.

Training of information systems and beneficiaries of the operating systems in general, by sending them in specialized courses operating systems, and subjected to tests on systems that trained them, to be sure of the feasibility of training on those systems, and should not be limited to the training process of these on how to use systems only, but must also include recognition capabilities of the hardware and software used.

The bank's departments Should give importance to the workers, understanding the proper entrance to ensure the quality of banking services through the creation of appropriate work environment, and motivate them financially and morally, as well as trying to select the best workers, and lay the foundations for their choice according to the most important skills that have proven the importance of availability to the bank staff who have direct contact with customers.

The need for systems to deal with customer complaints, and encourage customers to progress complaints in the case of its existence and to make the channels of communication with official's centers in the bank is open to customers in the event of the existence of complaint.

Increase senior management support for users of the information system and those who support it through encouraging them to use the information system and understand their different needs, and to explore their views about the problems they face when using the system until it is overcome.

References:

- (1) Amoako, k George (2012), **Improving customer service in banking industry- qase of ghana commercial bank (GCB) - ghana**, international business research, vol .5, no. 4.
- (2) Beadles 2, Nicholas Aston, & lowery, Cristopher M, & John, Kim (2005). **The Impact of human resource information systems: An Exploratory study in the public sector**. Communication of the IIMA, Vol 5, Issue 4.
- (3) Chun wang, zheng wang (2006), **the impact of internet on service quality in the banking sector**, master thesis, department of business adminisrtration and social science, lulea university of technology.
- (4) El saghier, niveen, Nathan, demyana (2013), **Service quality dimention and customer' satisfactions of banks in Egypt**, proceedings of 20Th international business research conference, 4 – 5.
- (5) Hernon, peter, nitecki, danuta a. (2001), **Sevice quality: a concept not fully explored**, library trends, vol 49, no 4.
- (6) Hiyam S. Ensour, Tareg M. alinizi (2014), **The Impact of Management Information Systems (MIS) Technologies on The Quality of Services Provided at The University of Tabuk**, International Journal of Netzork Security & Its Applications (IJNSA), Vol.6, No.2.
- (7) Landrum, hollis, and others (2009), **Measuring IS system service quality with SERVQUAL: users' perceptions of relative importance of the five SERVPERF dimensions**, the international journal of an emerging trandiscipline, volume 12.
- (8) Laudon, Kenneth C., & Laudon, Jane Price (2010). **Management des systèmes d'information. france**: Pearson Education, Inc.
- (9) Munizu, Musran (2013), **the impact of total quality management practices towards competitive advantage and organizational performance: case of fishery industry in south sulawesi province of indonesia**, pakistan journal of commerce and social sciences, vol.7(1).

- (10) O'Brien, James (1997), **Introduction to Information System**, Irwin:
The Mc Graw- Hill Companies, Inc, 9th Edition.
- (11) O'Brien, James (2000), **Introduction to information systems essentials
for the internetworked enterprise**, the Mc Graw hill companies, Inc,
United States of America, ninth edition.

Contribution à l'étude d'impact de changement climatique sur la migration de la population rurale du Sud-est tunisien

Mr. Taoufik Gammoudi

Institut des Régions Arides – Médenine -Tunisie

ملخص

التغير المناخي الذي يطال المناطق الريفية الهشة وضعيفة الصمود يزيد من خطر التصحر و يؤثر على الموارد الطبيعية وبطبيعة الحال على الرفاهة الاجتماعية و الاقتصادية. هذه الظاهرة تهدد الإنسان و تأثيرها ينعكس بشكل خاص على التوازن بين الإنسان و البيئة. وفي مواجهة للاضطرابات البيئية، وعلى وجه الخصوص تلك المتعلقة بتغير المناخ يجد سكان الريف في بعض الأحيان في الهجرة وسيلة استراتيجية للتخلص من القيود الاجتماعية والاقتصادية تمكنهم من تحسين احتياجاتهم الغذائية والمالية. اليوم، ما هو حجم هذه الهجرة البيئية؟ بالاستناد على الأساليب الكمية والنوعية و العمل الميداني الذي أنجز بمنطقة الجفارة بالجنوب الشرقي للبلاد التونسية، المهدف من هذا العمل هو معرفة هل الهجرة الدولية والمحلية للسكان يرجع أساسا عن الضرر الناجم عن تغير المناخ. **كلمات المفاتيح:** تغير المناخ، تدهور الموارد الطبيعية، الهجرة، الجفارة بالجنوب الشرقي للبلاد التونسية.

Introduction

La menace des catastrophes naturelles, notamment celles liées aux changements climatiques, pourrait forcer les populations de partir vers les lieux géographiques qui se caractérisent à la fois par un environnement plus favorable et un marché de travail à fort potentiel économique. Bien qu'il soit difficile de distinguer entre un départ volontaire et forcé, la migration humaine s'accroît dans un contexte de dégradation de l'environnement et des éventuelles modifications liées aux changements climatiques (Gleditsch et al. 2007 ; Gemenne, 2009). Depuis plusieurs décennies la migration

* Maître assistant de l'enseignement supérieur agricole Laboratoire d'Economie et Sociétés Rurales, Institut des Régions Arides, Médenine-Tunisie e-mail : taoufik.gammoudi@ira.rnrt.tn

forcée du climat n'a cessé de croître. Le nombre des migrants internationaux qui était de l'ordre de 25 millions en 2007 pourrait atteindre le chiffre de 200 millions d'ici à 2050 (Lovell, 2007 ; Myers, 2005).

La migration climatique renvoie à l'idée que le départ des migrants dépend principalement de critères qui sont directement liés aux chocs environnementaux. Mais, les facteurs économiques, sociaux et politiques jouent un rôle important dans les modes de fonctionnement et d'organisation de ce phénomène migratoire. La plupart des conséquences du changement climatique n'étant que rarement identifiables (Kaenzig et Piguët, 2011). Devant le risque d'aggravation de la fragilité des ressources naturelles notamment l'eau en raison de la baisse attendue des précipitations (jusqu'à - 10 % à l'horizon 2020 et - 29 % à l'horizon 2050) et l'élévation des températures (jusqu'à +1,3° à l'horizon 2020 et + 2,7° à l'horizon 2050) et l'intensification de la mobilisation de ces ressources (Sghaier et Abaab, 2010), les zones arides les plus sensibles aux changements climatiques sont alertées. Les débats sont toujours orientés autour de ce questionnement de savoir comment la population perçoit la situation. Est-elle consciente de l'effet de changement climatique? Comment explique le phénomène migratoire?

Le sud-est tunisien est une région située en milieu aride à caractéristiques nettement pré-désertiques. Cette région a été façonnée par les sociétés qui l'ont habitée et elle a subi tout le long de son histoire des mutations démographiques et socio-économiques représentatives des difficultés liées aux problèmes environnementaux, agricoles et climatiques classiques de ce type de milieu naturel. C'est ainsi que les populations rurales ont pu être conduites à abandonner leurs activités agricoles et partir à la recherche d'autres sources de revenus en dehors de leurs régions d'origine. Selon les cas, s'il s'agit d'une migration interne ou internationale, ce double phénomène étant pratiquement distingué dans les régions arides du Sud-est tunisien (Gammoudi, 2014). Ces régions sont aujourd'hui menacées en raison de la dégradation progressive de l'environnement, dont les effets sont notamment perceptibles dans la diminution de la pluie, l'augmentation de la température et les effets de la sécheresse prolongée. Un menace qui

Contribution à l'étude d'impact de changement climatique sur la migration de la population rurale du Sud-est tunisien Mr. Taoufik Gammoudi
impacte la société rurale et génère des mobilités et des migrations humaines.

L'objet de cet article est de s'interroger sur les réalités de migration climatique dans un milieu aride du Sud-est tunisien. Il repose sur les investigations des ménages dont au moins l'un de leurs membres est actuellement en migration pour une période d'au moins un an. Il s'agit de dégager les principaux points de vue des migrants et d'identifier les principaux facteurs climatiques liés à la migration.

Cet article s'articule autour de deux parties. La première partie est consacrée aux débats théoriques et empiriques autour des facteurs déterminants de la migration. La seconde partie fournit la méthode, les résultats et la conclusion.

1. Les débats théoriques et empiriques autour des facteurs déterminants de la migration

Différentes écoles (classique et néo-classique, marxiste, etc.) ont analysé d'une façon explicite la migration sous ses diverses formes interne et internationale. La littérature théorique a essayé au fil des temps de conceptualiser la migration, voire de développer les facteurs explicatifs de ce phénomène migratoire tout en se basant sur la réalité dans les divers lieux d'émigration et d'immigration. Plusieurs études théoriques et empiriques ont montré que la décision de la migration était avant tout un résultat des difficultés socio-économiques et environnementales rencontrées par les populations rurales qui se traduisent par l'impossibilité de faire fonctionner localement une économie familiale. La théorie « push-pull » ou « répulsion-attraction », est une approche néoclassique importante dans l'étude de la migration permettant d'expliquer les facteurs qui ont entraîné la mobilité des populations d'une localité à l'autre, normalement dans le but d'un établissement permanent ou de longue durée (Borowski *et al.*, 1994 in Tossou, 1998). Les « push factors » sur le lieu de départ peuvent englober par exemple la croissance démographique, la pauvreté, le manque d'opportunités économiques, la répression politique ou les catastrophes naturelles. Par inversement, les « pull factors » sur les lieux de destination impliquent des facteurs attractifs tels que la demande de main-d'œuvre, de bonnes opportunités économiques et un climat plus stable. Cette théorie est centrée sur le fait que les gens migrent en

réponse à une combinaison de facteurs d'attraction et de répulsion sur le plan social, politique, économique et environnemental.

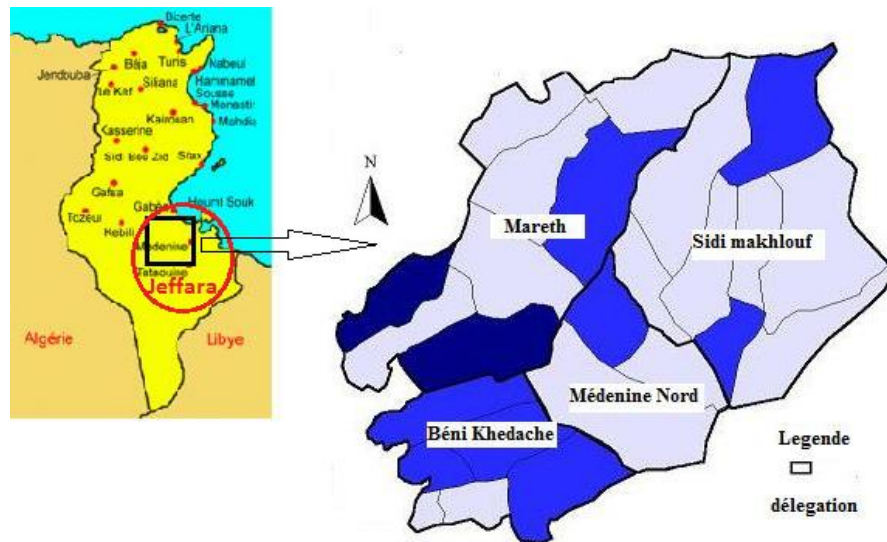
Sur le plan économique, la migration est une stratégie familiale destinée à maximiser les revenus sur le long terme et à diversifier les activités économiques, permettant ainsi à l'ensemble de famille de réaliser un certain équilibre socio-économique non satisfait dans les régions de départ. Pour John Stuart Mill par exemple, « la migration est un moyen de combattre la tendance aux rendements décroissants de la terre, un remède aux bas taux de salaire et un déclin de taux de profit» (Mill, 1848 in Termote, 2002). Même si les effets dus au changement climatique sont parmi les facteurs déterminant de ce phénomène migratoire, il est difficile d'affirmer dans quelle mesure ce facteur peut pousser un individu à migrer. L'étude des changements climatiques est déjà assez complexe en elle-même que d'analyser leurs impacts sur les populations locales (OIM, 2008).

L'ampleur des débats scientifiques autour de changement climatique, ainsi que son impact sur la mobilité humaine sont toujours au centre des études et recherches internationales. Cette thématique qui a subi une véritable renaissance dans la pensée des chercheurs en sciences sociales et économiques est largement utilisée et abondamment développée par le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), l'Organisation Internationale pour les Migrations(OIM), etc. Certaines études mettent en avant l'impact direct de l'environnement sur les mouvements de population (OIM, 2008 ; European Union, 2012). Mais d'autres insistent sur l'importance du contexte social et économique (PNUD, 2009, OCDE-Union européenne, 2014). Même lorsqu'une perturbation d'origine climatique est l'un des facteurs, il est parfois difficile de déterminer dans quelle mesure le changement climatique a exercé une influence sur la population. Les études relatives à l'impact du changement climatique sur la migration humaine comportent donc de nombreuses hypothèses.

2. l'impact de changement climatique sur la population rurale du Sud-est tunisien

2. 1.Présentation de la zone d'étude

La zone d'étude est la partie nord-ouest de la « Jeffara » du Sud-est tunisien (carte 1), il s'inscrit dans un quadrilatère passant par les délégations de Mareth, Médenine Nord, Sidi Makhlouf et Beni Khedache et il couvre une superficie d'environ 117.000 ha. L'économie locale est basée sur des petits métiers liés à l'agriculture avec ses différentes formes d'adaptation aux aléas climatiques. Malgré un début de diversification, l'activité économique reste toutefois peut diversifier et souffre à la fois de la rareté des ressources naturelles et de la manque des investissements générateurs d'emploi. La population totalise selon le recensement de 2004, 132 200 habitants, soit 32 472 ménages.



2.2. Démarche méthodologique

Pour atteindre l'objectif assigné par ce travail, l'étude impose le recours aux approches méthodologiques spécifiques. Outre, l'approche classique qui est basée sur les études bibliographiques, l'analyse d'impact de changement climatique sur la migration dans le territoire d'étude est basée sur des investigations auprès des ménages avec migrant et sur des acquis de recherche de l'Institut des régions Arides de Médenine.

Sur le terrain, des investigations supplémentaires ont touché les ménages avec migrant. Un ménage est considéré migrant si au moins l'un de ses membres, qui est toujours considéré comme un membre de ménage, a migré pour vivre en dehors de sa région d'origine pour une période d'au moins un an.

Nos investigations sur le terrain ont été réalisées de la façon suivante:

- une enquête par questionnaire a été menée auprès des ménages avec migrants dans la zone de « Jeffara » du Sud-est tunisien (172 ménages avec migrants) ;

- Des entretiens semi-directifs ont été menés auprès des ménages avec migrants (40 ménages).

Dans ce travail, l'échantillonnage n'a pas pu retranscrire fidèlement les caractéristiques de la population mère, objet de cette étude. Devant l'absence de données sur cette population mère, nous avons donc utilisé la technique de sondage « boule de neige » élaborée suite à l'absence de données statistiques sur les ménages avec migrant. Cette technique non probabiliste utilise des personnes comme source d'identification de personnes additionnelles issues de leurs propres relations.

2.3 Résultats et discussion

2.3.1. Un écosystème rural dégradé

L'intensification des catastrophes naturelles notamment la sécheresse et la désertification ont menacé la zone aride du Sud-est tunisien. Les ressources naturelles qui constituent la base de l'activité agricole, sont soumises à une dégradation intense. Une perte importante dans les terres agricoles sous l'effet de l'érosion éolienne, ainsi que la dégradation de la qualité des eaux, voire même, leur épuisement. Dans cette zone, l'érosion constitue un danger réel pour les sols et l'ensemble de l'agro-système. Ce phénomène très complexe, résulte

en fait de la conjugaison de plusieurs facteurs naturels, tels que les paramètres du climat. Qu'il s'agisse des ressources en eau, en sol ou des ressources pastorales cette zone souffre de conditions naturelles difficiles avec des précipitations très faibles donnant lieu à des sécheresses sévères et de longues durées (Elloumi et Abaab, 2009). Suite à la sécheresse qui sévit ces dernières années, il n'est pas étonnant que 63% des enquêtés dans cette zone font recours à l'achat d'eau pour satisfaire leurs besoins domestiques et agricoles. La population est consciente de l'émergence d'un certain nombre de contraintes et de dangers qui menacent le milieu. Les entretiens avec les ménages confirment l'émergence de quatre problèmes majeurs qui ont menacés l'écosystème (Fig.1).

Fig. 1 : Classification des problèmes suivant leurs importances



Source : Elaboration personnelle, entretien, 2013

2.3.2. Une société rurale en difficultés socio-économiques

La population rurale est en effet confrontée quotidiennement aux conséquences directes de l'intensification des catastrophes naturelles comme la sécheresse et la désertification. Les activités traditionnelles, notamment l'agriculture et le pastoralisme, sont touchés par ce phénomène environnemental. Les enquêtés (74%) ont exprimé qu'ils connaissent bien les effets des changements climatiques. Pour eux, la dégradation de l'écosystème s'est fortement accentuée ces dernières années sous les effets de plusieurs facteurs dont les plus importants sont la baisse de la pluviométrie (100%) et la température qui devient plus élevés (75%).

Avec la rareté et la dégradation des ressources naturelles, l'activité agricole est de plus en plus difficile à rentabiliser et elle est devenue un facteur limitant pour le développement à la lumière des

Contribution à l'étude d'impact de changement climatique sur la migration de la population rurale du Sud-est tunisien Mr. Taoufik Gammoudi

changements climatiques. Devant ces difficultés parfois insurmontables, certains agriculteurs ont été conduits à abandonner leur terre et leur activité agricole et à partir à la recherche d'une source de revenus autre que les revenus agricoles. Dans la totalité de ces régions difficiles, 82,8% des revenus de la population locale dépendent déjà des activités non agricoles (Tableau 1) dont 76,3% en provenance de la migration à la fois interne et internationale.

Tableau 1 : les activités principales des chefs des ménages

Régions	Agriculture		Elevage		Non agricoles		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Beni Khedache	14	10.37	5	3.7	116	85.93	135	100
Medenine Nord	7	12.07	4	6.3	47	81.03	58	100
Sidi Makhlouf	11	6.29	23	13.14	141	80.57	175	100
Mareth	32	13.56	8	3.39	196	83.05	236	100
Total	64	10.6	40	6.6	500	82.8	604	100

Source : Gammoudi, 2011

Il convient de souligner que le changement climatique n'est que l'un des facteurs qui influent cette société en difficultés socio-économiques. Néanmoins, la pauvreté et le sous-emploi ont fait leurs preuves pour aggraver la situation. D'après l'enquête, 42% de la population en âge actif est en chômage, dont 75 % sont de sexe féminin.

2.3.3. La migration comme l'une des réponses d'un écosystème dégradé

La migration tant intérieure qu'internationale constitue l'une des réponses des territoires rurales en difficultés et face aux crises socio-économiques et environnementales qui s'accroissent à la lumière des changements climatiques. C'est l'une des stratégies d'adaptation qui peuvent être particulièrement efficaces devant les dégradations progressives de l'environnement, et notamment dans des situations de désertification (Gemenne, 2009). Ce phénomène peut s'expliquer par plusieurs facteurs, mais l'abandon des terres agricoles en raison de la sécheresse et du manque d'eau est admis par la population locale comme une des causes principales. Devant l'accroissement des stress environnementaux et la dégradation progressive des

Contribution à l'étude d'impact de changement climatique sur la migration de la population rurale du Sud-est tunisien Mr. Taoufik Gammoudi
 écosystèmes, « les effets les plus graves de l'évolution du climat concernent sans doute la migration humaine » (OIM, 2008).

• **L'intensification de la migration internationale**

Dans cette zone rurale aride la genèse de la migration internationale est distinguée depuis longtemps. Le premier départ à la migration était un départ masculin. La migration passée à concerner uniquement les chefs des ménages, vers la recherche des sources des revenus qui assurent les besoins des ménages, généralement non satisfaits dans les régions de départ. D'après les résultats de l'enquête l'intensité des membres des ménages en âge actif et qui sont partis en migration est très élevée ; dont les destinations sont principalement la France et la Lybie (Tableau 2).

Tableau 2 : Répartition de la migration des membres des ménages

Délégation/pays	Beni khedache	Médenine Nord	Sidi Makhlouf	Mareth	Total
	%	%	%	%	%
France	33.3	-	17.1	63.4	39
Lybie	59	100	80	29.6	55
Autres	7.7	-	2.9	7	6
Total	100	100	100	100	100

Source : Elaboration personnelle, enquête, 2013

Ce phénomène ancien et traditionnel de la migration vers la France qui a concerné au début les chefs des ménages a évolué au cours des temps pour concerner les membres des ménages ainsi que d'autres gens notamment les plus jeunes de cette communauté rurale. Malgré les efforts consacrés à la mise en œuvre des programmes de développement territorial afin de créer des sources des revenus autres que les revenus agricoles, le modèle de développement n'a pas réussi à optimiser le potentiel de croissance économique pour satisfaire les besoins des générations qui arrivent sur le marché du travail. En dépit de cette situation socio-économique et environnementale défavorable, la recherche d'un motif de migration vers l'étranger, continue. Aujourd'hui on estime un nombre des 10343 migrants internationaux (Tableau 3).

Tableau 3: Les résidents à l'étranger de la Jeffara du Sud-est tunisien

Délégation	Nombre	%
Médenine	2379	23
Sidi Makhlouf	305	2.9
Beni Khedache	644	6.2
Mareth	7015	67.9
Total	10343	100

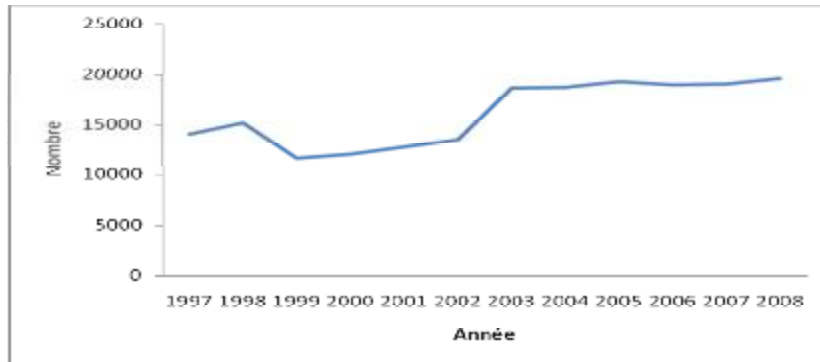
Source : ODS, 2010

• **L'exode rural vers les pôles économiques du Sud-est tunisien**

L'orientation vers le secteur agricole dans cette zone est devenue difficilement acceptable notamment par les jeunes. Des mouvements d'exode ont affecté principalement les jeunes de la population qui ont refusé de travailler dans le secteur agricole menacé par la sécheresse et la désertification.

Le tourisme a permis à Djerba d'être un pôle économique attractif avec une infrastructure hôtelière de 114 unités touristiques contre 48 unités en 1987(ODS, 2010). Comme un pôle économique privilégié cette région a joué un rôle considérable dans la création de perspectives d'emploi. Le développement de ce secteur à procurer des emplois et de revenus décents pour la population des territoires ruraux dans les zones difficiles du Sud-est tunisien, notamment pour les générations les plus jeunes. En 2008, le secteur touristique a employé à peu près 20 000 personnes, soit deux fois plus qu'en 1998 (Fig. 2).

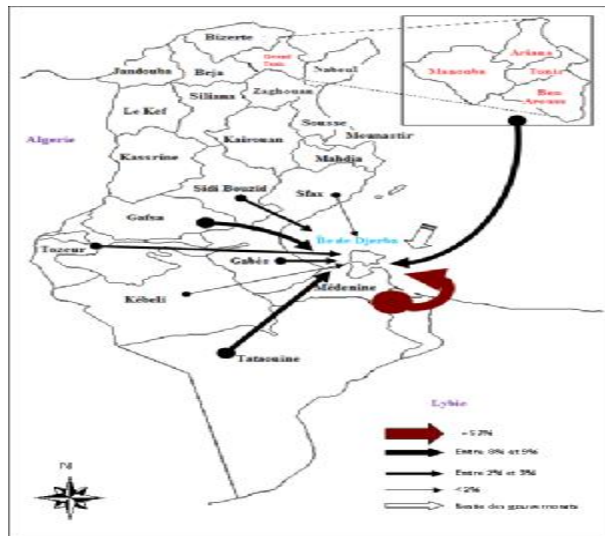
Fig. 2 : l'évolution des postes d'emploi dans le secteur de tourisme (nombre/année)



Source : Gammoudi, 2012

Djerba, le pôle économique le plus développé du Sud-est tunisien reste un foyer d'attraction pour un grand nombre de chercheurs d'emploi de différentes régions de ce territoire. Ces flux migratoires découlant des différentes agglomérations tunisiennes vers l'île de Djerba sont certes concernés des personnes des zones envisagées difficiles du Sud-est tunisien (Fig.3).

Fig.3 : Régions d'origines du personnel touristique à Djerba



Source : Gammoudi, 2012

Au-delà de la migration vers le pôle économique de Djerba, ce territoire est connu par l'importance de la migration vers le pôle administratif de Médenine. Le phénomène d'exode rural qui affecte principalement les jeunes qualifiés et non qualifiés est assez fréquent dans ce territoire, affirme aujourd'hui les limites du secteur agricole dans le processus du développement socio-économique durable. Comme toutes les régions bénéficiant de conditions socio-économiques avantageuses (croissance économique, emploi, etc.), Médenine, le centre du gouvernorat reste toujours un pôle attractif pour la population rurale. Depuis longtemps la population avait tendance à se localiser dans cette ville qui se trouvait favorisée par un accès facile aux sources des emplois (Tableau 4).

Tableau 4 : la migration des membres des ménages âgés de 20 ans et plus suivant les lieux d'installation (%)

Lieu d'installation	Beni-khadache	Médenine Nord	Sidi-Makhlouf	Mareth
- Dans la délégation	30	62	19	38
-le pôle administratif de Médenine	51	36	74	34
- Autres régions	19	2	7	28
-Total	100	100	100	100

Source : Elaboration personnelle, enquête, 2013

Conclusion

En dépit d'une situation plutôt défavorable un tel modèle de développement ne permet pas à ce territoire d'optimiser son potentiel économique. Les expériences passées en matière de développement rurales ont montré certaines limites. Devant la rareté des ressources naturelles, la dégradation des écosystèmes qui s'accroît à la lumière des changements climatiques, il s'est passé un déséquilibre hommes/milieu qui risque de s'aggraver dangereusement. La population finit par abandonner la terre et l'activité agricole et partir à la recherche d'une autre source de revenus.

A cause d'un contexte environnemental défavorable, le modèle de développement n'a pas pu freiner la forte migration dans les régions rurales du sud-est tunisien. Les populations qui connaissent des conditions de vie difficiles ont trouvé dans la migration l'une des stratégies d'adaptation pour contourner leurs contraintes socio-

Contribution à l'étude d'impact de changement climatique sur la migration de la population rurale du Sud-est tunisien Mr. Taoufik Gammoudi
économiques. C'est une stratégie d'adaptation non seulement pour les ménages, mais aussi pour les jeunes qui se situent sur un marché de l'emploi déprimé dans leurs régions d'origine.

Bibliographies

- 1- Borowski, A., Richmond, A., Shu, J., Simmons, A., B. (1994,) The inter Movement of People, Melbourne University Press, In Tossou, A.A. (1998), Conséquences démographiques et économiques de l'immigration internationale dans les pays développés et plus particulièrement en Amérique du Nord : une revue de la littérature, Université de Montréal, Immigration et Métropoles, Working Paper, 92 p.
- 2- Elloumi M., Abaab A. (2009), « Ajustement, mondialisation et zone difficiles : politiques de développement et stratégies des acteurs (le Sud tunisien) », communication présentée au colloque international "Sociétés en transition et développement local en zones difficiles (DELZOD)", IRA, GTZ, OSS, FAO, CIHEAM/IAM, ICARDA, IRD, Djerba-Tunisie, 22 -24 avril 2009, 14p.
- 3- European Union (2012), Human rights and climate change: EU policy options, Directorate-General for External Policies of the Union Policy Department, Brussels, ISBN: 978-92-823-3836-0, 135p.
- 4- Gammoudi T., (2011), Emigration, immigration et développement dans l'île de Djerba (Sud-est tunisien), Thèse en démographie et sciences sociales sous la direction de Frédéric Sandron, Université Paris Descartes, 297 p.
- 5- Gammoudi T. (2012), « Rôle de la migration dans la valorisation et la conservation des patrimoines socioculturels : cas de l'île de Djerba », Revue des Régions Arides (Tunisie), 28 (2 (numéro spécial), p. 255-264.
- 6- Gammoudi T. (2014), « L'impact de l'émigration sur la consommation des ménages : cas de l'oasis de Fatnassa du Sud-ouest tunisien », Actes du 4ème Meeting International « Gestion des Ressources et Applications Biotechnologiques en Aridoculture et Cultures Oasiennes: Perspectives pour un Développement Durable des Zones Arides », Revue des Régions Arides(Tunisie), n° 35 (3/2014), p.2091-2096

- 7- Gemenne F. (2009), « Migrations climatiques : un état des lieux », *Accueillir*, n°252, pp. 22-32.
- 8- Gleditsch N. P., Nordas, R., Salehyan, I. (2007), *Climate change, migration and conflict*, New York: International, Peace Academy.
- 9- Kaenzig R. and Pigué E. (2011), « Migration et changement climatique en Amérique Latine : Quels enjeux », *VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement*, Volume 11 Numéro 3.
- 10- Lovell J. (2007), « Climate change to make one billion refugees-agency », *Reuters*, 13 mai 2007
- 11- Mill J. S. (1848), «Principles of Political Economy», Londres Paprker, vol.2, In Termote, M. (2003), «Les déterminants économiques de la migration », in Caselli G., Vallin J. et Wunsch (éd.), *Les déterminants de la migration*, Paris, INED Éditions, pp. 83-100.
- 12- Myers N. (2005), «Environmental Refugees: An emergent security issue », 13e Forum économique, Prague.
- 13- OCDE-Union européenne (2014), *Gérer les migrations économiques pour mieux répondre aux besoins du marché du travail*, Éditions OCDE, Paris
- 14- ODS (2010), *le gouvernorat de Médenine en chiffre, statistique régionale*, Office de Développement du Sud, Tunisie, 117p.
- 15- OIM (2008), *migrations et changements climatiques, série migration research de l'OIM*, n°31, ISSN 1994-4527, 60p.
- 16- PNUD (2009), *Rapport mondial sur le développement humain 2009 Lever les barrières : Mobilité et développement humains*, le Programme des Nations Unies pour le développement, 237p.
- 17- Sghaier M. Abaab A. (2010), « L'inscription de la thématique du colloque DELZOD dans le parcours scientifique du laboratoire d'Economie et sociétés rurales » Acte du colloque international « sociétés en transition et développement local en zones difficiles, *Revue des Régions Arides* (Tunisie), 31 (2 (numéro spécial), pp. 1-12.

**Les politiques publiques face à l' imperfection de la politique
monétaire et les crises financières.**

Dr.Ait Mokhtar Omar^{*}

Labo SFBPM, Université de chlef – Algérie

Abstract :

The current financial crisis is an opportunity for many commentators to sing the usual refrain about the chronic instability of capitalism and the need for stronger market regulation which is also called, erroneously, regulation of financial markets. It was quite a different lesson that we should draw from the current crisis, namely that better regulation through the free functioning of markets, not regulation. The financial crisis has affected not only financial institutions but also public authorities at all levels, businesses and consumers worldwide. Its impact is global; it is not only economic but also political, social, environmental, and concerns all sectors, from health to education. One of the worst consequences of this crisis is the loss of public confidence in the financial system underpinning the economy. This confidence must be restored. The bottom line is that the impact of the crisis are managed wisely , that governments and central banks respond to the crisis by doing everything possible in a coordinated way , to mitigate its effects. Several thorny dilemmas are already asking : how far public authorities should they go to save the threatened bankruptcy of enterprises, using for this taxpayer money and indebting future generations? What should governments do to protect the interests of all those who have invested in foreign companies established on their territory when they encounter difficulties? Is there a risk that themselves stimulus weaken even more the financial system and the economy?

**Maitre de conférences -B-. Labo SFBPM ;Université de chlef. e-mail :
omaraitmokhtar@gmail.com*

Introduction :

La crise financière actuelle est l'occasion pour beaucoup de commentateurs de chanter le refrain habituel sur l'instabilité chronique du capitalisme et sur la nécessité d'un renforcement de la réglementation des marchés que l'on appelle d'ailleurs, de manière erronée, une régulation des marchés financiers. C'est pourtant une leçon toute différente que l'on devrait tirer de la crise actuelle, à savoir que la meilleure régulation passe par le libre fonctionnement des marchés et non par leur réglementation. La crise financière a touché non seulement les institutions financières, mais aussi les pouvoirs publics à tous les niveaux, les entreprises et les consommateurs du monde entier. Son impact est planétaire; il n'est pas seulement économique, mais aussi politique, social et environnemental, et concerne tous les secteurs, de la santé à l'éducation. L'une des conséquences les plus graves de cette crise est la perte de confiance du public dans le système financier qui soutient l'économie. Cette confiance doit être restaurée. L'essentiel, c'est que les répercussions de la crise soient gérées de manière avisée, que les gouvernements et les banques centrales réagissent à la crise en faisant tout leur possible, de manière coordonnée, pour en atténuer les effets. Plusieurs dilemmes épineux se posent déjà: jusqu'où les pouvoirs publics doivent-ils aller pour sauver des entreprises menacées de faillite, en utilisant pour cela l'argent du contribuable et en endettant les générations futures? Que doivent faire les gouvernements pour préserver les intérêts de tous ceux qui ont investi dans des entreprises étrangères établies sur leur territoire alors qu'elles se heurtent à des difficultés? Y a-t-il un risque que les plans de relance eux-mêmes affaiblissent encore plus le système financier et l'économie?

1. L'échec d'un État pas assez libéral :

La cause essentielle de cette crise provient en effet de l'extraordinaire variabilité de la politique monétaire américaine au cours des années récentes. Or, celle-ci est bien évidemment décidée par des autorités publiques et non déterminée par le marché. C'est ainsi que la Fed est passée d'un taux d'intérêt de 6,5 % en 2000 à un taux de 1,75 % fin 2001 et 1 % en 2003. Il y eut ensuite une lente remontée à partir de 2004 jusqu'à atteindre 4,5 % en 2006. Pendant

toute la période de bas taux d'intérêt et de crédit facile, le monde a été submergé de liquidités. Afin

de profiter de cette magnifique occasion de profits faciles, les établissements financiers ont accordé des crédits à des emprunteurs de moins en moins fiables, comme l'a montré la crise des « subprimes ». Lorsque l'on est revenu à des taux d'intérêt plus normaux, les excès du passé sont apparus au grand jour : c'est l'éclatement de la « bulle financière ».¹

Or, les conséquences néfastes de cette politique ont été aggravées par plusieurs phénomènes. Tout d'abord, le sens de la responsabilité à l'égard du risque est émoussé parce qu'il est implicitement admis que les autorités publiques ne laisseraient pas se produire des faillites importantes en cas de difficultés (ce que confirme en partie le comportement actuel des autorités américaines). En particulier, les deux grands pourvoyeurs de crédits « Subprime », Fannie Mae et Freddie Mac – initialement créés par l'État américain – bénéficiaient de garanties étatiques privilégiées qui les ont conduits à prendre des risques très excessifs.

Par ailleurs, la réglementation financière elle-même est la source d'effets pervers. Il en est ainsi de l'obligation imposée aux banques par l'accord de Bâle II de maintenir un ratio de fonds propres égal à 8 % de leurs avoirs. Devant les opportunités de gain formidables créées par la politique de bas taux d'intérêt de la Fed, les banques ont voulu développer au maximum leurs crédits, tout en maintenant le ratio imposé par la réglementation. Dans ce dessein, elles ont cherché à contourner la réglementation – comme cela est toujours le cas – en se débarrassant d'une partie de leurs encours vers d'autres organismes, par exemple fonds d'investissement. Une partie des crédits accordés par les banques ont ainsi disparu de leurs bilans, leur permettant d'accroître leurs prêts dans le respect apparent de la réglementation.

Certes, on peut considérer comme souhaitable que les fonds propres soient « suffisants » par rapport aux fonds prêtés. D'ailleurs, au XIXe siècle, les fonds propres des banques représentaient le plus souvent 60 à 80 % de leurs bilan : les banquiers prêtaient les fonds qui appartenaient à leurs actionnaires et le ratio élevé (et désiré) de fonds propres constituait une garantie formidable de stabilité pour les actionnaires comme pour les clients des banques.

Les banquiers étaient alors de vrais capitalistes – c'est-à-dire des propriétaires de capital – et, en tant que tels, ils étaient responsables².

À l'époque, on a cru possible de fonder le développement économique sur le crédit et non pas sur les fonds propres. Par ailleurs, une grande partie du crédit provient d'une création ex nihilo, à savoir la politique monétaire expansionniste, et non d'une épargne volontaire. Simultanément, le dépérissement du capitalisme – résultant lui-même bien souvent de l'interventionnisme étatique – a fait en sorte que les grandes banques ne sont plus dirigées par des capitalistes, propriétaires du capital, mais par des managers qui, ne supportant pas eux-mêmes les risques de l'actionnaire, sont tentés de maximiser les profits à court terme.

Dans le monde capitaliste du XIXe siècle – plus stable que le monde financier actuel – le crédit bancaire résultait des décisions des actionnaires des banques. Dans l'univers étatisé de l'époque, c'est le contraire qui se passe : on impose arbitrairement un ratio de fonds propres qui ne fait que mimer un vrai monde capitaliste ; mais cela conduit à l'apparition de bulles financières : les établissements de crédit maximisent le montant de leurs crédits et essaient ensuite par différentes manipulations, de présenter un ratio de fonds propres conforme à la réglementation. Une réglementation qui impose un résultat ne remplacera jamais le libre jeu des décisions d'êtres humains responsables (c'est-à-dire capitalistes). C'est pourquoi les appels constants lancés de nos jours en faveur d'une plus forte réglementation des marchés financiers ne sont pas fondés.

Certes, on peut reprocher aux établissements financiers de n'avoir pas été plus prudents. Cela résulte des anciennes structures institutionnelles que nous avons rappelées. Mais cela reflète aussi le fait que l'information ne peut jamais être parfaite : un système capitaliste n'est pas parfaitement stable, mais il est plus stable qu'un système centralisé et étatique. C'est pourquoi, au lieu de stigmatiser une prétendue instabilité du capitalisme financier, on devrait stigmatiser l'extraordinaire imperfection de la politique monétaire. On peut regretter que les managers des grandes banques n'aient pas été plus lucides et n'aient pas mieux évalué les risques qu'ils prenaient dans un monde où la politique monétaire est fondamentalement déstabilisatrice. Mais c'est précisément et surtout ce caractère déstabilisant de la politique monétaire que l'on doit

déplorer. Arrêtons donc les procès faits à tort au capitalisme et recherchons au contraire le moyen de libérer les marchés financiers de l'emprise étatique³.

2. Liberté des marchés, régulation, taux d'intérêt :

Cette crise a ressuscité des idées maintes fois exprimées. Il semble acquis dans l'opinion, en particulier, que les marchés sont certes efficaces, mais qu'ils sont « court-termistes » et même aveugles. Il en résulterait donc que les États devraient les « réguler » et qu'il conviendrait même de mettre en place des procédures de coopération internationale pour favoriser une « régulation mondiale », dans la mesure où les marchés financiers sont eux-mêmes mondialisés.

Il y a de ce point de vue une ambiguïté de langage qui recouvre en fait des ambiguïtés conceptuelles. En effet, quand on parle de régulation de l'ancienne époque, on suggère implicitement que celle-ci implique un accroissement des pouvoirs réglementaires et des pouvoirs de contrôle des autorités publiques. Cette confusion est alimentée par un manque de précision linguistique : on confond « régulation » et « réglementation »⁴, peut-être parce que le terme régulation en anglais ne signifie pas "régulation", mais "réglementation", ce qui induit l'idée qu'il y a équivalence entre les deux termes. Or, ceci est totalement erroné. En effet, l'un des grands mérites fonctionnement des marchés libres c'est qu'ils permettent la « régulation » de l'activité économique par un système de type cybernétique où les actions de ceux qui interviennent sur les marchés apportent de nouvelles informations qui les conduisent à s'ajuster continuellement à leur environnement.

Bien entendu, cette régulation n'est jamais parfaite, tout simplement parce que l'information ne peut jamais être parfaite. C'est pourquoi on a tort de comparer le fonctionnement effectif des marchés à un idéal impossible à atteindre d'information parfaite et donc de stabilité économique parfaite. Et l'on a évidemment également tort de penser qu'il est possible de se rapprocher de cet idéal par une réglementation (une « régulation étatique ») qui supposerait une information parfaite. On doit en effet se demander par quel miracle un petit nombre d'hommes, chargés de réglementer et de contrôler les autres, pourraient détenir des informations

meilleures et plus nombreuses que les innombrables intervenants des marchés. On peut en trouver une illustration dans le fonctionnement des marchés financiers et, en particulier, dans les événements récents.

Pour bien comprendre l'émergence des crises financières de notre époque, il peut être utile de garder à l'esprit un modèle de référence que nous définirons à partir de deux caractéristiques :

a) une monnaie « stable » ou, plus précisément, l'existence d'un système monétaire dans lequel une création monétaire arbitraire est impossible. Dans un système de ce type, la politique monétaire ne peut pas exister, c'est-à-dire qu'aucune autorité publique ne peut faire varier à son gré la quantité de monnaie, créant des phases d'inflation ou de déflation. Une telle situation correspond, par exemple, à ce que l'on a pu connaître dans un système d'étalon-or dans lequel non seulement l'or sert de monnaie de base, mais où, par ailleurs, il est impossible de démultiplier indéfiniment la quantité de monnaie en créant arbitrairement des billets de banque ou des dépôts bancaires gagés par une couverture en or décroissante. Dans ce cas, les prix ne sont certes pas stables, car la quantité de monnaie peut varier par rapport à la quantité de biens et d'actifs financiers, mais ils évoluent lentement et de manière relativement prévisible ;

b) une épargne abondante et volontaire, c'est-à-dire qu'elle correspond aux désirs des individus de renoncer à une consommation présente pour obtenir des ressources plus abondantes dans le futur. Cette épargne se répartit entre des fonds propres, rémunérés par un taux de rendement risqué et donc variable, et des fonds prêtables rémunérés par un taux d'intérêt fixé à l'avance de manière contractuelle entre prêteurs et emprunteurs. Il faut le rappeler, le taux d'intérêt peut être défini comme le prix du temps. Il est révélé sur le marché des fonds prêtables par la confrontation des prêteurs et des emprunteurs. Le comportement des prêteurs est déterminé par leur « préférence pour le temps », c'est-à-dire qu'ils demandent une compensation – le taux d'intérêt – pour renoncer à leur préférence pour le présent. Le comportement des emprunteurs, en particulier propriétaires de fonds propres, est déterminé par le taux de rendement qu'ils espèrent obtenir par l'usage des ressources empruntées.

Normalement, il n'y a pas de raison pour que le taux d'intérêt ainsi déterminé change brutalement et profondément. En effet, les déterminants de ce taux – la préférence pour le temps et le rendement du capital – n'évoluent que lentement et dans des limites étroites. Le monde de référence que nous venons de décrire est un monde de relative stabilité des prix et des taux d'intérêt. Il correspond à peu près à ce que l'on a pu connaître au XIXe siècle. Malheureusement, le monde moderne est fort différent. En effet, tout d'abord, l'accumulation de capital est découragée par les excès de la fiscalité et il en résulte la tentation de trouver de manière artificielle l'épargne susceptible de répondre à la demande des investisseurs. Par ailleurs – et cela constitue l'un des très graves problèmes économiques de l'époque – le taux d'intérêt n'est plus déterminé uniquement par le marché des fonds prêtables, mais il est devenu un instrument de la politique monétaire. La création monétaire est entre les mains des autorités publiques et celles-ci déterminent le taux d'intérêt, soit directement, soit indirectement par les achats et les ventes d'actifs financiers de la banque centrale. Il en résulte qu'un écart plus ou moins important peut exister entre le taux d'intérêt résultant de la politique monétaire et le taux d'intérêt qui reflète la rareté relative de l'épargne prêtable, celui qui serait déterminé par les désirs des prêteurs et des emprunteurs.

Cette détermination « politique » du taux d'intérêt est au cœur de ce que l'on appelle la « théorie autrichienne du cycle économique », ainsi nommée parce qu'elle a été développée par deux célèbres économistes d'origine autrichienne, Ludwig von Mises et Friedrich Hayek. Malheureusement, cette théorie reste largement inconnue.

Dans l'espoir de stimuler l'activité économique et l'investissement, les autorités monétaires pratiquent donc une « politique d'argent bon marché », c'est-à-dire que la politique monétaire est expansionniste et les taux d'intérêt sont faibles. À l'époque, en effet, toute création monétaire résulte d'une création de crédit. Dans la mesure où l'épargne est insuffisante pour financer à la fois l'investissement privé et les déficits publics, les autorités monétaires sont tentées d'ouvrir les vannes du crédit bancaire avec, en contrepartie, une création monétaire. Corrélativement, le taux d'intérêt diminue. Cette baisse du taux d'intérêt est totalement artificielle puisqu'elle laisse croire que l'épargne prêtable est plus

abondante qu'elle ne l'est en réalité. Ce faisant, les autorités publiques donnent donc une information erronée aux marchés.

Ainsi, non seulement les autorités publiques n'ont pas une meilleure information que les marchés, comme nous l'avons souligné précédemment, mais en outre elles créent de mauvaises informations et elles modifient en conséquence les comportements des agents économiques. En effet, le taux d'intérêt étant bas, les emprunteurs sont incités à emprunter plus, pour financer des investissements, pour acheter des actifs financiers ou pour acheter des logements (cas des États-Unis ou de l'Espagne au début du XXI^e siècle). C'est ainsi que naissent les « bulles financières » ou les « bulles immobilières ». On a tendance à les considérer comme le produit du comportement irrationnel des investisseurs qui auraient une attitude moutonnaire : ainsi une augmentation des cours d'actions serait interprétée comme l'indice d'une augmentation indéfinie de ces cours, incitant les investisseurs à accroître leurs demandes d'actifs, ce qui fait monter les cours, etc. C'est au fond ce qu'Alan Greenspan a appelé « l'exubérance irrationnelle » des marchés. Mais on doit analyser les choses de manière très différente : la politique monétaire et la politique de crédit expansionnistes font croire que l'épargne est beaucoup plus abondante qu'elle ne l'est en réalité. Cette confusion est d'ailleurs d'autant plus fautive que, précisément, la baisse du taux d'intérêt réduit l'offre de fonds prêtables, ce qui accroît l'écart entre le taux d'intérêt effectif et celui qui correspondrait à l'équilibre entre offre et demande de fonds prêtables volontaires.

Bien sûr, on pourrait souhaiter que les agents économiques comprennent mieux ce qui se passe et qu'ils réalisent le caractère artificiel et temporaire de la baisse des taux d'intérêt. Mais cette compréhension est difficile à obtenir et c'est pourquoi il serait correct de dire non pas que les agents économiques sont irrationnels, mais qu'ils sont rationnels compte tenu de l'information – très incorrecte – qu'ils ont. Et si l'information est incorrecte c'est à cause de la politique monétaire des autorités monétaires. Il est donc absolument faux de dire que le libre fonctionnement des marchés financiers fait apparaître des « bulles » parce que les marchés sont « court-termistes » et que les agents économiques sont irrationnels, ce qui justifierait la « régulation » par des autorités publiques à la fois rationnelles et bien informées. Ce qui se passe est bien différent : il y

a destruction d'information par les autorités publiques, précisément parce qu'elles sont « court-termistes », c'est-à-dire que, du fait de l'existence d'un horizon court dans le monde politique (horizon des élections), les gouvernants sont tentés de créer des apparences – l'apparence du crédit facile et de la relance de l'activité – au prix de désordres futurs. Les uns et les autres sont rationnels : les gouvernants le sont en choisissant de créer des illusions dans le court terme, les agents économiques le sont en agissant en fonction de l'information qu'ils possèdent et dont la qualité a été détériorée par l'action étatique. La solution à ces désordres ne réside évidemment pas dans un accroissement de l'intervention étatique sous prétexte de régulation, mais dans le refus de toute interférence étatique dans le fonctionnement des marchés et dans la création monétaire.

3. La crise financière des années 2007-2010 :

La crise financière de l'époque nous semble une parfaite illustration de ce que nous venons de décrire rapidement. Comme on l'a déjà montré, la banque centrale américaine, la Fed, a introduit une extraordinaire instabilité dans les taux d'intérêt qui est à l'origine des difficultés du présent. Il serait absolument inimaginable que l'on puisse enregistrer une telle variabilité des taux d'intérêt si l'on était dans un monde où les marchés financiers pouvaient fonctionner librement, sans intervention des autorités publiques. Jamais, au XIXe siècle – un siècle assez proche de notre modèle de référence – de telles fluctuations n'auraient été possibles : les taux d'intérêt ont varié très lentement et dans des marges extrêmement étroites.

Au cours de toute la période de bas taux d'intérêt (2001-2004), il y a eu une croissance monétaire considérable aux États-Unis. Mais celle-ci ne s'est pas tellement traduite par une augmentation des prix à la consommation, de telle sorte que les autorités et l'opinion n'ont pas été alertées par un phénomène inflationniste, généralement défini à partir de l'indice des prix à la consommation. L'expansion des crédits et de la masse monétaire a plutôt servi à des achats d'actifs financiers et à des achats de logements (y compris les « subprimes ») : il y a eu création d'une bulle financière et d'une bulle immobilière.

Ce processus a été aggravé par deux phénomènes qui mettent eux aussi en cause l'intervention étatique et le rôle de l'opinion

publique. Tout d'abord, des pressions très fortes ont été exercées aux États-Unis sur les établissements de crédit pour qu'ils acceptent d'accorder des crédits à des ménages qui ne donnaient pas des garanties de solvabilité suffisantes, sous peine d'être accusés de discrimination. La Fed elle-même a émis un manuel à l'intention des banques dans lequel on récusait l'utilisation de critères « démodés », parmi lesquels le rapport montant du remboursement/revenus ou l'historique des précédents crédits du demandeur. Le département de la justice a même poursuivi pour discrimination des organismes de crédit qui avaient refusé d'accorder des crédits, comme si le rôle de ces organismes n'était pas, précisément, de discriminer entre ceux à qui l'on peut faire crédit et ceux à qui l'on doit le refuser ! On en est venu à considérer, sous la suggestion de la Fed, que les emprunteurs donnaient des garanties suffisantes s'ils s'engageaient à participer à des programmes de « conseil en crédit » ! Ceci a accru le problème des « subprimes ». Or, comme une grande partie de ces prêts étaient à taux variable, les emprunteurs ont eu du mal à honorer leurs engagements lorsque les taux sont remontés. On a ainsi délibérément trompé des personnes a priori mal informées sur le fonctionnement des marchés financiers et sur les risques encourus.

Mais, dira-t-on peut-être, les banquiers, pour leur part, auraient dû être plus prudents car c'est tout de même leur métier que d'apprécier le fonctionnement des marchés financiers. Ceci est certes vrai et signifie que personne n'est à l'abri des erreurs (et c'est pourquoi il serait d'autant plus souhaitable d'éviter de fournir de fausses informations). Mais il faut ajouter cependant que les banquiers ont été incités à prendre plus de risques qu'il n'aurait été sage de le faire, parce que l'expérience leur avait appris que les autorités monétaires seraient prêtes à les sauver si d'aventure les risques pris étaient trop importants. Et c'est précisément ce qui s'est passé puisqu'une série de mesures ont été prises aux États-Unis en 2008 pour éviter la faillite de plusieurs grands établissements bancaires et financiers. Cette pratique incitera à nouveau dans le futur les banques et les établissements financiers à prendre des risques excessifs, si une politique d'argent facile était mise en œuvre.

4. BCE et Fed : les réponses à la crise :

La crise financière de 2007-2008 a d'abord été un phénomène américain, car c'est aux États-Unis qu'a été menée la politique monétaire la plus déstabilisante. La Banque centrale européenne (BCE), pour sa part, a mené à juste titre une politique monétaire beaucoup plus prudente et plus stable. D'autant plus qu'elle a été constamment soumise à des pressions politiques, venues en particulier de France, pour pratiquer une politique de « soutien à l'activité économique » plus vigoureuse. On lui a reproché et on lui reproche toujours de ne porter intérêt qu'à l'inflation sans se préoccuper de la croissance économique. Mais ces critiques ne sont pas justifiées et c'est la BCE qui a raison, d'une part parce qu'elle a un mandat clair et unique, celui d'empêcher l'inflation, d'autre part parce que c'est une illusion de penser qu'on peut relancer l'activité économique de manière durable par une politique monétaire expansionniste. Ce que l'on obtient à plus ou moins long terme ce n'est pas plus de croissance, mais plus d'instabilité et une mauvaise structure de production, par exemple en incitant à de mauvais investissements qui semblent rentables avec un faible taux d'intérêt, alors qu'ils ne le sont pas réellement.

Il y a, de ce point de vue, une différence fondamentale entre les États-Unis, d'une part, et la France – ou certains autres pays européens – d'autre part. Aux États-Unis on a fondamentalement des facteurs de croissance importants sur le long terme parce que les obstacles fiscaux et réglementaires sont moins lourds qu'en France ou dans la plupart des pays d'Europe, frappés d'« eurosclérose ». De ce point de vue, on peut être optimiste sur la croissance à long terme des États-Unis. Celle-ci rencontre seulement des accidents de parcours, dus à une politique monétaire déstabilisante de la part des autorités monétaires. Mais, alors que la crise économique est conjoncturelle et financière aux États-Unis, la crise économique est durable et réelle en France et dans une partie de l'Europe. Elle tient au fait que les excès de fiscalité et de réglementations (en particulier en ce qui concerne le marché du travail) tuent les incitations à produire, à travailler, à épargner et à investir. Une politique monétaire plus expansionniste ne supprimerait pas ces obstacles à la croissance. Il y faudrait des réformes radicales et rapides de la fiscalité et des lois et règlements⁵.

Certes, la crise conjoncturelle américaine a eu des répercussions en-dehors des États-Unis parce que, dans l'univers heureusement mondialisé où nous sommes, les systèmes bancaires et financiers sont interdépendants. C'est ainsi que des banques françaises, détenant des avoirs américains, souffrent des pertes qui en résultent. C'est par ce canal, plus que par le canal des échanges commerciaux, qu'une interdépendance conjoncturelle peut exister entre tous les pays.

On reproche donc à la BCE de résister aux pressions politiques en faveur d'une politique monétaire plus expansionniste (alors que le taux d'inflation dans la zone euro est tout de même de 3 % environ, ce qui n'est pas négligeable). Mais on se félicite par ailleurs – à tort également – que la Fed ait baissé les taux d'intérêt à plusieurs reprises (en janvier 2008 l'objectif de la Fed concernant le taux des fonds fédéraux – qui était encore de 4,75 % en septembre 2007 – est passé à 3,5 % et en décembre 2008 l'objectif a été situé dans une fourchette comprise entre 0 % et 0,25 % !). Une telle baisse est hautement contestable car elle risque fort de relancer un nouveau cycle financier. La crise actuelle a été le résultat d'une baisse excessive des taux d'intérêt et de la création d'illusions sur le marché des fonds prêtables. Il en a résulté une bulle financière et une bulle immobilière. Ces bulles ont éclaté et l'on est dans un processus d'ajustement des investissements, des cours des actions et des constructions de logements. Il faut laisser ce processus se faire. Baisser les taux d'intérêt c'est à nouveau risquer de créer de fausses informations et d'orienter les activités dans des directions qui ne sont pas tenables à terme. Malheureusement, on ne revient pas sur le passé et il faut supporter les conséquences des erreurs passées. Le coût peut en paraître élevé, mais il est plus honnête de le laisser apparaître que d'essayer de le masquer temporairement pour le voir réapparaître, encore plus important, dans quelque période future.

5. Le FMI et la Banque mondiale peuvent-ils stopper la crise ?

Beaucoup de gens affirment qu'il faut à présent davantage de coopération internationale et une « régulation » mondiale des institutions financières. Ils pensent que la crise a montré que le marché était incapable de s'ajuster par lui-même, et que les autorités ont donc la responsabilité de stabiliser le secteur financier. Et

puisque la crise est une crise internationale, ils considèrent que la réponse à la crise doit également être une réponse internationale. Certains rêvent même de transformer le FMI en une banque centrale mondiale. En réalité, il ne faut pas accroître le rôle du FMI et de la Banque mondiale ou en modifier les structures et les modes d'action. Il faut les supprimer.

En effet, comme nous l'avons vu, la crise actuelle est principalement due non pas à l'instabilité fondamentale des marchés, mais à l'instabilité fondamentale de la politique monétaire, plus précisément celle de la Réserve fédérale américaine. Durant toute la période de taux d'intérêts faibles, le monde a été submergé de liquidités et les banques trouvaient de fabuleuses opportunités d'étendre leurs crédits et de faire des profits. Or, sur un marché avec beaucoup de participants, si une entreprise ou une banque fait une erreur, cette erreur a une portée limitée. Mais les États de grande dimension font des erreurs de grande dimension, et plus le poids de l'État est important, plus l'impact des erreurs étatiques l'est également. Si un jour nous avions une politique monétaire conçue – ou du moins coordonnée – par le FMI à l'échelle de toute la planète, nous devrions alors courir le risque d'avoir la pire instabilité mondiale possible.

En outre, le FMI et la Banque mondiale fournissent des ressources à certains pays, soit sous le prétexte de résoudre un prétendu « problème de balance des paiements » – bien qu'un tel problème ne peut en réalité jamais se poser – soit parce qu'ils supposent que ces pays ont un besoin de financement extérieur pour financer leur croissance. Mais les ressources financières du monde sont limitées. Celles qui sont distribuées par le FMI et la Banque mondiale ne sont dès lors plus disponibles pour d'autres usages décidés par des personnes responsables.

Compte tenu de ce que nous venons de rappeler sur l'origine de la crise financière – à savoir le fait qu'elle a été causée principalement par les autorités publiques et par l'instabilité de la politique monétaire – attendre de la coopération internationale, par exemple dans le cadre du G8, qu'elle résolve la crise financière, s'apparente à demander au pyromane d'éteindre l'incendie. Cependant, puisque les erreurs commises par les fonctionnaires sont des

Erreurs de grande taille, il semble que les États sont les seules institutions à avoir les moyens suffisants pour résoudre d'aussi gigantesques problèmes. Par exemple, ils peuvent rapidement organiser un système de garantie de crédit pour les banques (peut-être en utilisant la méthode trop facile de politiques monétaires expansionnistes)⁶.

Nous devons admettre que, compte tenu de la situation économique et des dispositions institutionnelles actuelles, les États et les banques centrales peuvent avoir un rôle à jouer pour restaurer la confiance dans le système de crédit. Il aurait cependant été préférable qu'un système de garantie du crédit ait été mis en place par les banques elles-mêmes, ce qui aurait impliqué également un système de contrôle mutuel de leur part. Elles l'auraient certainement fait par le passé si les banques centrales et les États n'avaient pas toujours plus ou moins promis de jouer le rôle de « prêteurs en dernier ressort ».

Mais en fait, qu'est-ce que les États peuvent faire ? Ils savent comment augmenter les impôts, comment priver les gens de leur propriété légitime, comment créer de nouvelles réglementations, ou comment créer trop de monnaie. Mais nous n'avons pas besoin de tout cela. Une intervention du G8 – ou toute autre coopération internationale – implique un risque : davantage d'institutions financières seraient totalement ou partiellement nationalisées, et davantage de réglementation prévaudrait. Il ne faut pas non plus oublier le risque qu'afin de sauver certaines institutions financières ou d'essayer de stimuler l'économie, trop de monnaie soit émise, déclenchant ainsi un nouveau cycle de croissance (de la monnaie et du crédit. Cela pourrait donner l'impression, à court terme, que la crise financière est – du moins en partie – réglée. Mais cela impliquerait un risque à long terme en empêchant les marchés financiers de jouer leur rôle stabilisateur et leur rôle dans le financement de la croissance dans le monde.

En réalité, il faudrait plutôt les deux choses suivantes :

- éviter les politiques monétaires déstabilisatrices (à la limite, il serait nécessaire d'empêcher les banques centrales de créer des liquidités) ;
- permettre aux individus d'accumuler davantage d'épargne volontaire, notamment sous la forme de fonds propres (en particulier d'actions), ce qui constitue le fondement de la responsabilité.

Un actionnaire est responsable, puisqu'il sait qu'il devra supporter les conséquences de ses décisions, alors qu'une autorité publique est certainement plus irresponsable : elle ne subit pas de pertes suite à ses mauvaises décisions (comme le montre par exemple le fait que la Fed, ainsi que son ancien président et son équipe, ne souffrent pas des mauvaises décisions qu'ils ont prises par le passé).

Permettre aux individus d'épargner impliquerait à son tour une politique fiscale qui serait moins hostile envers l'épargne et l'accumulation de capital que ce qui est actuellement le cas dans la plupart des pays.

Le grand problème économique de l'ancienne époque provient du fait que les autorités monétaires ont le pouvoir de créer du crédit à partir de rien (simplement en créant de la monnaie) de sorte qu'une grande part des investissements à travers le monde est financée par des illusions. Et les illusions ne peuvent pas durer éternellement : elles se terminent en crise. Le financement par l'épargne volontaire, notamment par actions, plutôt que par des crédits fondés sur une création artificielle de monnaie, constitue la solution de long terme⁷.

6. L'illusion de la relance économique :

La crise financière mondiale, qui atteint un grand nombre de pays dans le monde, se traduit maintenant par un ralentissement de l'activité économique, ce qui inquiète l'opinion. Les gouvernements essaient donc de répondre à cette inquiétude par la mise en œuvre de « plans de relance ». S'ils restaient totalement passifs, on ne manquerait pas de leur reprocher, dans la mesure où tous les citoyens ont été éduqués dans l'idée que les pouvoirs politiques avaient le devoir essentiel de veiller à la prospérité et qu'ils en avaient les moyens. L'État moderne, est-il généralement admis, est en charge de la politique de stabilisation et de la politique de croissance et nul autre que lui – en tout cas pas le « marché » – n'en aurait la possibilité.

Pourtant, malgré l'opinion dominante, pour sortir de la crise il faut s'en remettre aux capacités d'ajustement des marchés. Mais l'action politique est à la fois simple à comprendre et dramatique : il est à la limite totalement indifférent pour un homme politique que les mesures de relance adoptées soient efficaces, car les phénomènes

économiques sont tellement complexes qu'il sera de toute façon impossible à l'opinion de savoir dans quelle mesure les décisions adoptées auront joué un rôle positif ou négatif. Comment apprécier dans le futur si la croissance aurait été plus ou moins forte en l'absence des mesures de politique économique qui sont prises actuellement ?

Tout ce qui intéresse un dirigeant politique pour le moment étant de « faire quelque chose », cela lui est d'autant plus facile que l'on croit disposer d'une règle simple, inspirée de la théorie keynésienne : pour relancer l'activité économique, il faut accroître la demande globale et, pour cela, il faut soit augmenter les dépenses publiques, soit relancer la consommation, soit encore créer de nouvelles liquidités monétaires. Malheureusement, ce genre de solutions aurait pour conséquence d'empirer la situation, car c'est la désastreuse politique monétaire de la Fed (pendant toute la période de bas taux d'intérêt, de 2002 à 2005) qui a causé la crise et qui a conduit à des modifications profondes dans les structures productives. Le surinvestissement massif dans certains secteurs – par exemple le logement, mais aussi d'autres secteurs – est devenu apparent lorsqu'on est revenu à des conditions monétaires plus réalistes. Le problème auquel le monde est confronté n'est donc pas un problème global – que l'on pourrait résoudre, par exemple, en augmentant la demande globale – mais un problème sectoriel.

La crise actuelle joue le rôle nécessaire de rétablir les équilibres en revenant vers les structures productives qui auraient prévalu en l'absence de l'instabilité d'origine monétaire. Ainsi, les faillites contribuent à cet assainissement en permettant de mettre fin à des gaspillages de ressources dus à de mauvais choix d'investissement et de gestion. Contrairement à ce que l'on a tendance à penser, les faillites sont créatrices et non destructrices : le maintien des entreprises en difficulté perpétuerait les mauvais choix, alors que les faillites permettent de transférer leurs actifs vers des propriétaires et managers qui sauront mieux les utiliser. C'est pourquoi la meilleure politique de relance consiste à laisser les marchés remplir leur rôle dans les ajustements économiques, autrement dit à les laisser s'ajuster vers une situation plus normale, notamment en laissant les entreprises qui ont été les plus mal gérées faire faillite, de manière à ce que leurs actifs soient rachetés par des

propriétaires et gestionnaires plus efficaces. Ce processus d'ajustement est coûteux et il aurait été préférable de ne pas avoir à en passer par là (ce qui serait le cas avec une politique monétaire moins déstabilisatrice). Mais nous ne pouvons pas refaire le passé.

Les plans de relance ne s'attaquent pas au bon problème et il est fortement probable qu'ils ne feront que ralentir le processus d'ajustement des marchés. De ce point de vue, nous ne pouvons qu'être inquiets en constatant que la Fed a d'ores et déjà décidé d'abaisser son taux cible pour les fonds fédéraux à un niveau incroyablement faible, proche de 0 %, engendrant ainsi le risque d'un nouveau cycle de taux d'intérêt faibles, d'expansion monétaire excessive et de mauvais investissements.

Aux États-Unis, le plan de relance comprend davantage de dépenses publiques, des plans de sauvetage de certaines entreprises (telles que des sociétés financières ou des fabricants de voitures), et des baisses d'impôts. Le déficit plus important que cela va causer impliquera un transfert de ressources (nécessairement limitées) d'investissements privés vers le financement arbitraire de certains grands projets publics qui sont décidés uniquement pour dépenser de l'argent (sous prétexte de stimuler la demande globale) plutôt que sur la base de leurs mérites respectifs⁸.

Les dépenses publiques – financées soit par la dette publique soit par les impôts – ne créent pas de nouvelles richesses ; elles ne consistent qu'à prendre à certains la richesse qu'ils ont créée afin de l'utiliser pour acquérir des biens choisis arbitrairement par les politiciens et les bureaucrates. Dans ce sens il n'y a pas d'effet de relance, mais bien plutôt le contraire, et le plan d'Obama – de même que tous les autres plans de relance actuellement discutés – devrait plutôt être appelé « plan de récession ». La baisse d'impôts serait très bien non pas parce que c'est censé accroître la consommation – étant donné que la croissance nécessite l'accumulation de capital, soit de l'épargne et non de la consommation – mais parce que cela introduirait davantage d'incitations à travailler plus, épargner plus, engager davantage de salariés, etc.

Malheureusement, on prévoit d'augmenter les taux d'imposition marginaux sur les hauts revenus. Comme l'expérience de divers pays à travers le monde nous l'a clairement montré ces dernières années, à chaque fois que ces taux sont augmentés, il y a

ralentissement de l'activité économique. La raison en est que dans n'importe quelle société, toutes les personnes sont interdépendantes : si l'on décourage un entrepreneur d'investir et de créer de nouveaux emplois, cela entraîne un taux de croissance plus faible et un taux de chômage plus élevé.

7- Des mesures qui s'imposent⁹ :

Des mesures énergiques et efficaces s'imposent pour atténuer la récession et que la réforme du système financier mondial ne peut aboutir, entre autres, qu'à la condition que les principes suivants soient pris en considération:

A/. la nécessité de garantir la stabilité des marchés financiers par l'apport de liquidités, la reprise des prêts aux entreprises, en particulier petites et moyennes, et aux ménages ainsi que la garantie de la pérennité des institutions financières;

B/. la nécessité d'élever le niveau d'emploi en stimulant l'activité économique, notamment en accroissant la demande agrégée afin de doper la consommation, par des investissements supplémentaires des pouvoirs publics en faveur des infrastructures et du logement, et en développant l'éducation et la formation pour les personnes sans emploi;

C/. la nécessité d'améliorer la transparence des marchés et produits financiers afin que les épargnants soient mieux informés des risques encourus;

D/. la nécessité d'entretenir un sens moral et éthique chez les acteurs économiques et financiers – tout particulièrement en ce qui concerne les rémunérations et les bénéfices – et de soumettre leurs activités à un code de conduite; il conviendrait notamment que les systèmes de rémunération propices à des bénéfices à court terme et à haut risque ne soient pas autorisés;

E/. la nécessité d'un contrôle parlementaire plus actif et d'une plus grande implication des parlementaires à tout les niveaux pour contrôler l'application des règles et principes;

F/. le renforcement des règles régissant le fonctionnement des marchés financiers, notamment en matière de responsabilité, de manière à consolider la primauté du droit, doit être consolidée dans ce secteur;

G/. la nécessité d'instaurer une coopération intense entre le FMI, les institutions de Bâle, le G20, les banques centrales et les autorités de contrôle financier en vue d'élaborer des règles efficaces et un cadre international pour la supervision des réglementations financières; les institutions financières internationales devraient se doter de systèmes d'alerte précoce qui jouent effectivement leur rôle;

H/. la nécessité de renforcer le système de notation pour que les notations reflètent mieux la réalité, et la nécessité pour les auditeurs d'institutions financières d'examiner de plus près l'exposition aux risques;

I/. la nécessité de faire en sorte que les paradis fiscaux offshore n'échappent pas à un contrôle financier approprié;

J/. la nécessité de rappeler aux gouvernements que, malgré les difficultés financières, les droits de l'homme, droits sociaux et droits économiques des citoyens doivent être sauvegardés, si l'on veut éviter que les fondements mêmes de la démocratie soient sapés;

K/. la nécessité de prévoir des mesures économiques qui promeuvent une croissance durable à la fois sur le plan économique et environnemental, ces mesures ne devant toutefois pas aboutir à un niveau d'endettement tel qu'elles compromettraient une nouvelle croissance, ni être en contradiction avec les objectifs climatiques;

L/. la nécessité pour les gouvernements de faire tout leur possible pour rétablir la confiance du public dans le fonctionnement de l'économie.

Conclusion :

Il est donc paradoxal et même tragique que, d'une part, l'on attribue la crise financière et économique au fonctionnement libre des marchés – alors qu'elle a été provoquée par une mauvaise politique monétaire – et que, d'autre part, l'on attende maintenant des solutions de la politique économique, alors qu'il conviendrait de faire confiance aux marchés ! Compte tenu du matraquage idéologique auquel est soumise l'opinion, on comprend que les hommes politiques soient tentés de se précipiter dans la brèche ainsi ouverte, ce qui leur permet d'apparaître comme des sauveurs. Mais les

victimes en seront les citoyens eux-mêmes. Les États décident actuellement, un peu partout dans le monde, de « mobiliser » des centaines de milliards d'euros pour sauver des banques en faillite, pour aider des entreprises en difficulté, pour accroître artificiellement le pouvoir d'achat, alors qu'ils ne savent absolument pas quels ajustements sont nécessaires dans les structures productives afin de retrouver des situations d'équilibre. Mais ce faisant, ils ne créent aucune richesse, ils ne font que déplacer les richesses créées par les citoyens. Pour financer ces folles dépenses, ils ont recours à l'impôt – diminuant d'autant le pouvoir d'achat des citoyens – ou à l'emprunt – limitant alors les ressources nécessaires à l'investissement.

Un grand dirigeant l'a déjà affirmé : « Je n'ai pas la prétention de savoir comment sortir de la crise, les marchés le savent mieux que moi, et je préfère donc m'en remettre à la sagesse des hommes ».

Bibliographie :

¹ L'Europe face à la crise financière : rapport d'information sur l'Europe face à la crise

financière (E 3595, E3935, E4017, E4048 et E4101) / présenté par Daniel Garrigue ; déposé par la commission chargée des affaires européennes. - Paris : Assemblée nationale, 2008. - 128 p. ; 24 cm. - (Rapport d'information AN ; 1291. Les documents d'information DIAN ; 86/2008).

² Blache, David ; La régulation des banques de l'Union européenne face à la crise / David Blache ; préface de Thierry Francq. - Paris : La Revue Banque, 2009. - 295 p. ; 24 cm. - (Droit- Fiscalité, 1770-7722)

³ Buzelay, Alain A propos de la crise américaine et de son impact sur la zone euro / Alain Buzelay In : Revue du marché commun et de l'Union européenne, n° 524 , 2009, janvier, p. 17-21

⁴ Qu'en est-il des stratégies de régulation impulsées par la crise ? / Alain Buzelay In : Revue du marché commun et de l'Union européenne, n° 531, septembre 2009, p. 495-501

⁵ L' Europe face à la crise : quelle démocratie, quel modèle social, quelle croissance, quelle vision de la mondialisation... In : Alternatives économiques, hors-série n°81, 2009

⁶ *Ricol, René Rapport sur la crise financière / René Ricol. - Septembre 2008. - [S.l.] : [s.n.], 2008. -162 p. ;

⁷ Les conséquences de la crise financière mondiale ;Rapport ;Commission des questions économiques et du développement ; Rapporteur: M. Kimmo SASI, Finlande, Groupe du Parti populaire européen.

⁸ L' Europe face à l'épreuve de la récession : dossier In : Problèmes économiques, n° 2969, 2009, 15 avril, p. 1-33.

⁹ La crise financière : causes, conséquences, solutions Pascal salin.